

**Maria Cleidejane Silva Esperidião**

**Gigantes do telejornalismo mundial**

*Mutações editoriais e tecnológicas das agências internacionais de notícias*

**Universidade Metodista de São Paulo  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social  
São Bernardo do Campo, 2011**

**Maria Cleidejane Silva Esperidião**

**Gigantes do telejornalismo mundial**

*Mutações editoriais e tecnológicas das agências internacionais de notícias*

Tese apresentada em cumprimento parcial das exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), para obtenção do grau de Doutor. Orientador: Prof. Dr. Sebastião Carlos de Morais Squirra

## FOLHA DE APROVAÇÃO

A tese de doutorado “**Gigantes do Telejornalismo Mundial: mutações editoriais e tecnológicas das agências internacionais de notícias**”, elaborada por **Maria Cleidejane Silva Esperidião**, foi defendida e aprovada em 09 de Maio de 2011, perante banca examinadora composta por Prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes Squirra (Presidente/UMESP), Profa. Dra. Elisabeth Moraes Gonçalves (Titular/UMESP), Profa. Dra. Magali Nascimento Cunha (Titular/UMESP), Prof. Dr. Laurindo Leal Filho (Titular/USP), Prof. Dr. Oliver Boyd-Barrett (Titular/Bowling Green State University).

---

**Prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes Squirra**  
**Orientador e Presidente da Banca Examinadora**

---

**Prof. Dr. Laan Mendes de Barros**  
**Coordenador do Programa de Pós-Graduação**

**Programa:** Pós-Graduação em Comunicação Social

**Área de Concentração:** Processos Comunicacionais

**Linha de Pesquisa:** Processos da Comunicação Científica e Tecnológica

**DEDICATÓRIA**

À mamãe, por ter compreendido minhas escolhas e me deixado partir.

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho não teria sido possível sem a orientação do professor Dr. Sebastião Squirra, a quem agradeço as sugestões e a confiança depositada desde o nosso primeiro encontro. Obrigada por ter me conduzido, com serenidade, até o fim desse processo.

Outros professores, instituições, colegas e empresas foram decisivos para a realização desta tese:

Agradeço ao professor Dr. Oliver Boyd-Barrett, da Universidade de Bowling Green, por ter me aceitado como pesquisadora visitante durante o estágio doutoral e ter me dado o privilégio de compartilhar dos seus conhecimentos. Suas ideias iluminaram os caminhos desta investigação.

Sou profundamente grata ao professor Dr. Chris Paterson, da Universidade de Leeds, pela disponibilidade em ajudar, pelo entusiasmo e por ter cedido textos inéditos sobre o tema aqui investigado.

Ao professor Geoff Mungham, da Universidade de Cardiff, presto uma homenagem póstuma. Agradeço por ter me apresentado alguns livros seminais no rito de passagem do mestrado, obras que foram igualmente importantes durante o doutorado.

Ao professor Dr. Laurindo Leal Filho, pelas opiniões antes de ingressar no doutorado e na banca de qualificação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), por ter concedido bolsa de estudos para a realização desta pesquisa nos Estados Unidos.

Aos professores Dra. Yvana Fechine, da Universidade Federal de Pernambuco, e Dr. Alexandre Figueirôa, da Universidade Católica de Pernambuco, pelo incentivo à vida acadêmica e nos momentos cruciais da pesquisa.

À companhia aérea British Airways, por meio de Sérgio Ignácio, da Xpress Comunicações, por ter apoiado a viagem à Inglaterra.

Ao consulado americano em São Paulo, pelo convite para conhecer o longo processo eleitoral de 2008. Foram quase dois meses observando as dinâmicas dos correspondentes internacionais nos Estados Unidos.

A toda a equipe e direção da Associated Press Television News (APTN), em especial Sandy MacIntyre, Louise Bamfield e Flora Charner.

À direção da Reuters em Londres (Jeremy Smith) e seus representantes no Brasil: Ricardo Diniz e Leandra Camera.

A Rodolfo Proano, da CNN Internacional, em Atlanta, por ter aberto a mim as portas da agência Newsource.

À direção da TV Globo em São Paulo (Cristina Piasentini, Mariano Boni e Denise Sobrinho). À Teresa Garcia, um agradecimento especial pela confiança e compreensão durante as minhas ausências no Jornal Hoje. À Amália Cardoso, pela sensibilidade nos pedidos de licença temporária. Aos companheiros de redação, pela troca de plantões e turnos para que eu pudesse cursar as disciplinas do curso.

A Raquel Serrano e Alan Bruno, pela ajuda com as figuras e os gráficos.

A Fred Navarro e Carolina Monteiro, pela leitura do material às vésperas da qualificação.

À Ana Terra, em Brasília, pela revisão cuidadosa e disponibilidade em tirar as dúvidas.

À Tracy Williams, pela tradução da tese enviada à Universidade de Bowling Green.

Aos examinadores desta tese, pelo interesse e disponibilidade.

**Como suporte emocional, agradeço imensamente:**

A todos os amigos do Recife e de São Paulo, pela compreensão nas ausências.

A Edinho e Aline, pelo apoio antes, durante e depois da minha passagem por Londres.

Aos amigos que fiz na UMESP: Sônia Padilha, pelos sorrisos, abraços e debates sobre nossas teses; Denis Renó, pela presença constante a quilômetros de distância; Ingrid Gomes e Célia Silva, pelas vibrações positivas.

À Debora, pelo amparo constante aqui e nos Estados Unidos.

A Carla, Bianka e Karina pelo apoio após a morte de mamãe.

A todos os meus familiares, especialmente às minhas irmãs Cristina e Dapaz, por terem mantido a família de pé.

À sobrinha-neta Clarissa, pelas alegrias que me deu.

E, finalmente, à Laura Finocchiaro, pelo amor, compreensão e dedicação.

**São Paulo, 25 de fevereiro de 2011.**

*A tecnologia permitiu que as agências existissem.  
Agora, a tecnologia tem o potencial de destruí-las.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> “Technology allowed news agencies to exist. Now technology has the potential do destroy them.” Tradução da autora, como em toda esta tese. Nigel Baker (2009, p.38) é diretor da Associated Press Television News.

## RESUMO

Esta tese resgata a história das agências de notícias que atuam em escala internacional (Reuters Television e Associated Press Television News), delimitando suas características operacionais dentro do fluxo informacional do telejornalismo mundial. Por meio dos estudos de caso da Reuters TV e da APTN, a tese mostra o funcionamento do ecossistema noticioso global, voltado para as emissoras de televisão, explorando o entendimento de como ele se comporta a partir da irrupção das novas mídias advindas com a internet. Aponta como o desenvolvimento das tecnologias digitais em rede provocou mudanças editoriais e logísticas na rotina produtiva das agências, vistas neste trabalho como importantes atores sociais da globalização. Ao mapear a dinâmica comercial e estrutural das agências, é sustentada a hipótese de que as reportagens transmitidas por essas empresas são, em sua maioria, determinadas pelos interesses políticos e econômicos de seus maiores clientes. Isso nos leva a ratificar que, ainda hoje, após 30 anos da publicação do Relatório McBride, da UNESCO, há uma assimetria no noticiário internacional, no qual alguns países, regiões e assuntos são negligenciados e excluídos. A tese revela, entre outros pontos, que as agências agora difundem um número expressivo de vídeos relacionados à Ásia e que a maior parte de suas reportagens tem imbricações com os Estados Unidos e/ou a Europa. Durante a cobertura midiática de eventos de grande impacto, as agências renovam seu capital simbólico vendendo a ideia de isenção, credibilidade e multiplicidade de vozes. Reforçam também papéis específicos: a organização do noticiário, a viabilização das imagens e a alimentação contínua, segura e veloz do fluxo informativo.

**Palavras-Chave:** agências de notícias, fluxo internacional de informações, telejornalismo, ecossistema noticioso, globalização.

## ABSTRACT

This thesis focuses on the history of the news agencies' audiovisual divisions that act on an international scale (Reuters Television and Associated Press Television News), delimitating their operational characteristics within the informational flow, particularly the television news channels. It demonstrates, through the examination of case studies by Reuters TV and APTN, how the global news ecosystem functions, geared towards the broadcasting stations. This thesis carefully examines how this ecosystem behaves faced with the impact of the development of new media deriving from the web. It shows how the development of network digital technology led to editorial and logistical changes in the productive routine within the agencies, seen in this study as globalization's important social actors. Upon charting the agencies' commercial and structural dynamics, the hypothesis upheld here is that the vast majority of the news transmitted by these companies is determined by the political and economic interests of their biggest clients, which leads us to ratify, even today, 30 years after UNESCO's McBride Report was published, that there is still a great asymmetry in the international news in which countries, regions and subject matters are neglected and excluded. By looking upon the content of both agencies' output, the author concludes that western-led news agencies now appear to report an expressive number of stories dedicated to Asia. This thesis also claims that the bulk of their content is fed with news related to The United States and Western Europe. It shows that during dramatic and catastrophic media events, Reuters TV and APTN reassure their symbolic role by selling the idea of their news: unbiased, with accountability, diversity of themes and social actors. In these same events, news agencies also reinforce their role by organizing and packing the news. They also feed the global news system with constancy, speed and security.

**Key Words:** news agencies, international flow of information, news broadcasting, news ecosystem, globalization.

## RESUMEN

Esta tesis muestra la historia de las agencias de noticias que actúan a escala internacional (Reuters Television y Associated Press Television News), delimitando sus características operacionales y simbólicas dentro del flujo informacional del teleperiodismo mundial. A través de los estudios de caso de Reuters TV y de APTN, la tesis muestra el funcionamiento del ecosistema noticioso global, enfocado a las emisoras de televisión, explorando la comprensión de cómo este se comporta a partir de la irrupción de los nuevos medios advenidos como internet. Apunta como el desarrollo de las tecnologías digitales en red provocó cambios editoriales y logísticos en la rutina productiva de las agencias, vistas en este trabajo como actores sociales importantes de la globalización. Al mapear la dinámica comercial y estructural de las agencias, se sostiene la hipótesis de que los reportajes emitidos por estas empresas son, en su mayoría, determinados por los intereses políticos y económicos de sus mayores clientes, lo que nos lleva a rectificar que, aún hoy en día, después de 30 años de la publicación del Informe McBride, de la Unesco, aún hay una asimetría en el noticioso internacional, en el cual países, regiones y temas son descuidados y excluidos. La tesis revela, entre otros puntos, que las agencias difunden un número expresivo de videos relacionados a Asia y que la mayor parte de sus reportajes tiene imbricaciones con los Estados Unidos e/o Europa. Durante la cobertura de eventos de gran impacto, las agencias renuevan su capital simbólico en base a los 10 dispositivos (exención, credibilidad, multiplicidad de voces, relevancia, organización del noticioso, velocidad, viabilidad, constancia, seguridad, facilidad).

**Palabras-Clave:** agencias de noticias, flujo de informaciones internacionales, telenoticiario, ecosistema noticioso, globalización.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
Justificativa e estágio atual da pesquisa .....	18
Questões, hipótese e objetivos.....	20
Percurso metodológico .....	22
Análise de conteúdo: desafios e limitações .....	25
Estudo de casos múltiplos.....	31
Observação participativa .....	33
Roteiro da tese .....	36
CAPÍTULO I.....	38
CONCEITOS: MARCO TEÓRICO DA PESQUISA.....	38
1.1 A notícia internacional em transição .....	38
1.2 Pensando as agências à luz da Economia Política da Comunicação .....	52
1.3 Agências como emissárias de uma dominação global?.....	56
CAPÍTULO II.....	74
PADRÕES: O COMÉRCIO DAS NOTÍCIAS INTERNACIONAIS .....	74
2.1 Agências como atores da globalização .....	74
2.2 <i>Big Four</i> : unipolaridade militar, política, econômica e midiática.....	77
2.3 Estruturações históricas e logísticas .....	85
2.3.1 Operações das sucursais .....	85
2.3.2 As pioneiras: Visnews, UPITN e WTN.....	87
2.3.3 Principais papéis das agências .....	90
2.4 A gama midiática atual e as três maiores agências: correlações .....	93
CAPÍTULO III .....	102
PROCESSOS: A FÁBRICA GLOBAL DAS NOTÍCIAS .....	102
3.1 O ecossistema noticioso do telejornalismo internacional.....	102
3.2 A linha de montagem.....	109
3.2.1 Apuração.....	115
3.2.2 Captação .....	121
3.2.3 Tratamento.....	122
3.2.4 Transmissão .....	122
3.3 Formatos e serviços .....	131
3.3.1 O produto “empacotado” .....	131
3.3.2 Procedimentos éticos .....	137
3.3.3 Procedimentos operacionais ou logísticos .....	140
3.4 <i>Going live</i> : criando infraestrutura nas transmissões ao vivo.....	147
CAPÍTULO IV .....	156
NEGÓCIOS: A MOEDA DE TROCA E AS NOVAS AMEAÇAS.....	156
4.1 Clientes e custos .....	156

4.2 Outras vias de distribuição de imagem: o papel da EBU .....	172
4.3 Gigantes enfrentam gigantes .....	181
CAPÍTULO V.....	199
VALORES: APTN E REUTERS TV FILTRAM O MUNDO .....	199
5.1 O processo de escolha das notícias.....	199
5.2 Três análises de conteúdo .....	207
5.2.1 Um dia “sem notícia” .....	207
5.2.2 O mapa do mundo em uma semana.....	222
5.2.3 Haiti: a visibilidade sob a ótica da dominação .....	235
5.3 Discussões .....	241
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	247
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	254
GLOSSÁRIO DAS AGÊNCIAS.....	274
ANEXOS .....	277

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Quadro-resumo com o tipo de análise de conteúdo usado na pesquisa .....	30
Figura 02: Aplicativos da AP nos telefones inteligentes mais vendidos no mercado .....	48
Figura 03: Interface do aplicativo para celular da Reuters .....	49
Figura 04: Principais paradigmas teóricos associados às agências internacionais .....	72
Figura 05: Tipificação das agências de notícias. ....	78
Figura 06: Ranking das três maiores agências de notícias do mundo .....	100
Figura 07: As 10 maiores agências internacionais de notícias .....	100
Figura 08: Cenário atual da divisão audiovisual das três agências.....	101
Figura 09: Tripé de irradiação de imagens das agências .....	105
Figura 10: Principais fontes, modelos e formas de distribuição das agências.....	108
Figura 11: A atual ecologia global das notícias para o telejornalismo .....	109
Figura 12: Fluxo de prospecção de imagem das agências.....	111
Figura 13: Reprodução de foto da agência Reuters em 1951 .....	112
Figura 14: Modelo radial das agências telejornalísticas.....	113
Figura 15: Dinâmica de funcionamento dos escritórios da APTN e da Reuters TV.....	114
Figura 16: Sistema de marca d'água imperceptível implantado pelas agências.....	126
Figura 17: Principais mudanças editoriais e tecnológicas das agências.....	129
Figura 18: Reprodução de fotos da agência Visnews na África em 1990 e 1984 .....	130
Figura 19: Reprodução das quatro rotas de satélite pela APTN.....	131
Figura 20: Exemplo de reportagem com imagens “terceirizadas” das agências .....	134
Figura 21: Modelo ideal de <i>script</i> da Reuters TV .....	136
Figura 22: Parte do <i>script</i> da APTN com alerta sobre gestos obscenos .....	138
Figura 23: <i>Script</i> da APTN contendo alerta sobre imagens que podem chocar .....	139
Figura 24: <i>Scripts</i> da Reuters TV e da APTN, com destaques de avisos para editores .....	143
Figura 25: Reprodução da programação da APTN em 09 de junho de 2010.....	144
Figura 26: Reprodução com a tabela de <i>feeds</i> da Reuters TV para <i>download</i> .....	145
Figura 27: Reprodução da agenda de eventos pela Reuters em 09 de junho de 2010.....	149
Figura 28: Reprodução do aviso de transmissão ao vivo ( <i>flash</i> ) da Reuters TV.....	150
Figura 29: Reprodução de reportagem distribuída pela APTN .....	154
Figura 30: Receita da APTN, a partir de pesquisa interna realizada em 2000 .....	161
Figura 31: Aviso de uma notícia sobre quatro turistas japoneses que sofreram acidente .....	162
Figura 32: Boletins ofertados pela APTN em 30 de junho de 2010 e 20 de abril de 2009 ....	165
Figura 33: Noticiário da ABC transmitido para todos os clientes da APTN via satélite .....	167
Figura 34: Reprodução dos <i>feeds</i> da CCTV, retransmitida pela APTN.....	168
Figura 35: Reprodução de ofertas de reportagens distribuídas pela EBU .....	176
Figura 36: Reprodução de <i>script</i> da EBU.....	178
Figura 37: Reprodução de anúncio da AP, em 8/01/2010.....	180
Figura 38: Atuação dos dois canais internacionais: CNN e BBC .....	185
Figura 39: Sequencia de produtos da CNN/Newsourc .....	192
Figura 40: Quadro teórico dos critérios de noticiabilidade .....	204
Figura 41: Processo de escolha de ocorrência em notícia .....	206
Figura 42: Regiões cobertas pela APTN e pela Reuters TV .....	216
Figura 43: Lista de assuntos da APTN/Reuters TV ( 84 <i>scripts</i> ) do dia 19/11/2009 .....	218
Figura 44: Os cinco maiores temas cobertos pelas duas agências.....	218
Figura 45: Tipologia de notícias enviadas às emissoras.....	220
Figura 46: Fontes em 84 reportagens da APTN e da Reuters TV.....	220
Figura 47: Hierarquia de fontes utilizadas pela APTN e pela Reuters TV.....	221

Figura 48: Modelo de tabela utilizado para avaliar a segunda amostragem.....	223
Figura 49: Regiões priorizadas pelas agências .....	226
Figura 50: Europa Ocidental, Paquistão, Estados Unidos, China, Índia, Brasil e Rússia.....	228
Figura 51: Proporção de países citados pelas duas agências .....	229
Figura 52: Países e temas tratados pelas agências nas Américas e Caribe.....	233
Figura 53: Os 19 enquadramentos mais perceptíveis da cobertura do terremoto do Haiti.....	239
Figura 54: Hierarquia das fontes utilizadas pelas agências .....	241

## INTRODUÇÃO

Fontes alimentadoras da ecologia das notícias internacionais no telejornalismo global, os departamentos audiovisuais das agências Associated Press (APTN) e Thomson Reuters<sup>2</sup> (Reuters TV) despontam como líderes de uma cadeia informativa historicamente desigual e assimétrica, gestada e articulada com um conjunto de transformações paradigmáticas que nos remetem ao século XIX. Esta tese se propõe a entender a complexidade da APTN e da Reuters TV na comunicação internacional, circunstanciada por múltiplas tensões e controvérsias. Uma conjugação de fatores, não necessariamente simultâneos e coesos, contribuiu para a atual composição do fornecimento de conteúdos de notícias para a televisão, em que o duopólio dessas agências é evidente. Pretende-se aqui apontar os desdobramentos intrincados e diretos que levaram as duas empresas a atuar em escalas transnacionais. A pesquisa discute também de que maneira a busca de uma distribuição equitativa de volumes noticiosos multiformes ainda permanece um debate relevante perante a pluralidade informativa a partir da consolidação da internet.

A informação internacional escoada pela mídia permanece prospectada, fundamentalmente, pelo grupo das agências europeias e americanas, a despeito do visível crescimento das chamadas fontes periféricas, que atuam como diques de contenção da hegemonia noticiosa ocidental (COTTLE, 2009), como a rede de televisão pan-árabe Al-Jazeera, ou as agências asiáticas que acompanham a expansão econômica galopante de seus países, como a chinesa Xinhua e a japonesa Kyodo. Associated Press, Reuters, France Presse (AFP) e EFE controlam entre 70% e 90% das notícias distribuídas aos veículos de comunicação do mundo (BOYD-BARRETT; RANTANEN, 1998, 2004).<sup>3</sup> As agências continuam sendo a “mídia da mídia” (NEVEU, 2006, p. 62).

Nesse contexto, é possível afirmar que as agências internacionais de notícias que revendem conteúdo audiovisual para as emissoras de televisão perpetuam os mesmos critérios geopolíticos editoriais para definir o que é notícia no mundo? Esses padrões de noticiabilidade, já identificados em inúmeros estudos a partir dos anos 1960 (GALTUNG; RUGE, 1970; SALINAS, 1984), ainda se manifestam uniformemente, mesmo em condições e cenários tecnológicos diferentes? Dito de outro modo: apesar do avanço das novas tecnologias de informação, a lógica do fluxo de notícias internacionais não sofreu alterações editoriais? À

---

<sup>2</sup> Nesta tese, usa-se apenas “Reuters”, apesar de a agência oficialmente ser chamada de Thomson Reuters.

<sup>3</sup> O World Council of News Agencies, que é presidido atualmente pela argentina Telam e reúne as maiores agências de notícias, estimou que este índice pode variar de 60% a 70%. Cf. <<http://www.nawc.com.ar/en/showNews/18>>. Acesso em: 24 out. 2010.

luz das utopias tecnológicas macluhianas, conseguimos introduzir, de fato, mudanças estruturais, incorporando temáticas plurais e países até então invisíveis?

As dificuldades para conduzir uma pesquisa no campo da comunicação são enormes. Os dados caducam facilmente, uma tecnologia suplanta a outra em meses, ao mesmo tempo em que novos dispositivos, plataformas e fenômenos sociais inundam o contexto de uma investigação. Há quatro anos, quando esta pesquisa começou, como se poderia prever que a morte de Michael Jackson seria anunciada por um *site* de celebridades até então desconhecido, o TMZ, desbancando as agências de notícias que “pareciam de inabalável solidez”, neste mundo definido por Anthony Giddens (2003, p. 20) como em “descontrole”? É o mesmo TMZ que conseguiu mais audiência do que programas de tevê durante a transmissão ao vivo do julgamento da atriz americana Lindsay Lohan, em 2010. Os jornalistas do TMZ não são intrépidos aventureiros que montaram um veículo de forma tímida e tiraram a sorte grande. O TMZ é mais um produto do gigantesco conglomerado Time Warner, por sua vez dono da Cable News Network, a CNN.

Quando o levantamento institucional foi iniciado, em 2007, o Google também não havia anunciado que “mudaria o futuro da televisão” (“*will change the future of television*”) com o canal aberto na internet, nem tampouco o magnata das comunicações, Rupert Murdoch, havia lançado o primeiro jornal exclusivamente para iPad, disponível para os consumidores dispostos a pagar cerca de 40 dólares por ano (GROSS, 2010; COELHO, 2011). A Microsoft e a Nokia ainda não pareciam estar dispostas a fechar parcerias de programas para celulares para confrontar a Apple, nem o mundo havia assistido a mineiros soterrados nas mandarem recados ao vivo pelo YouTube, numa espécie de primeiro *reality show* de uma tragédia.

Telespectadores que já haviam visto imagens captadas pelo celular sustentarem reportagens inteiras sobre a morte de Saddam Hussein, em 2006, também se surpreenderam com ativistas iranianos e tibetanos expondo as feridas de regimes opressores por meio das redes sociais ao driblarem, em seus países, o bloqueio à rede mundial de computadores. Brasileiros e turistas americanos, acostumados com as reportagens sobre os regimes opressores da “América bolivariana” de Chávez e Morales, foram finalmente expostos a um Egito bem diferente daquele das famosas pirâmides. Cairo apareceu nas telas mundiais de 2011 como o microcosmo das ditaduras árabes, apoiadas pelos Estados Unidos, laços esses escancarados pelo portal WikiLeaks, especializado em cumprir o que o Jornalismo tradicional costumava fazer: investigação nos epicentros do poder. A China já caminhava para um crescimento gigantesco, mas ainda não era a segunda maior economia do planeta, embaralhando a geopolítica mundial.

Ao mesmo tempo em que as informações circulavam em alta velocidade e os alicerces que sustentavam o Jornalismo iam se ressignificando, cristalizou-se, nos últimos quatro anos, uma tendência aparentemente irreversível, ainda que no âmbito das potências ocidentais. A TV a cabo nos Estados Unidos acentuou ainda mais seu prejuízo ao deparar-se com o cancelamento em massa de seus antigos assinantes, enquanto *sites* como Hulu oferecem gratuitamente conteúdos de programas de televisão por assinatura. A santíssima trindade da televisão aberta americana (NBC, ABC e CBS) enfrenta quedas históricas de audiência e cortou o número de correspondentes e sucursais. Preocupada com a nova ágora midiática global, a própria CBS se aliou ao portal GlobalPost, fundado há apenas seis anos, para agregar o conteúdo de 70 correspondentes que fornecerão os conteúdos textuais para o *site* da empresa americana (TO COVER..., 2009).

Entrementes, atraído pelo apelo das tragédias, o noticiário internacional tem ocupado um espaço cada vez maior desde que os atentados de 11 de setembro de 2001 e a deflagração de uma crise financeira na Europa e nos Estados Unidos recrudesceram o apetite por um cardápio além das fronteiras regionais.<sup>4</sup> À medida que os telejornais mundiais oferecem um *menu* aparentemente mais extenso e explosivo – com protestos violentos, falência generalizada de bancos, guerras e desastres naturais –, há também a necessidade de redimensionar um debate que ganhou força entre as décadas de 1970 e 1980.

O monopólio das agências de notícias se transformou numa das questões mais complexas da comunicação no auge da Guerra Fria: as agências produziam e distribuíam notícias sob a ótica e o interesse dos países mais ricos e ocidentais. Foram também essas empresas as primeiras a aplicar novas tecnologias em suas redações e a operar globalmente na distribuição de uma consciência global, através da comoditização da informação, processo em que a notícia se transforma em mercadoria social, produto de troca simbólica.

A APTN e a Reuters TV, os braços audiovisuais da Associated Press e da Reuters, dominam o mercado global de distribuição de reportagens para as emissoras de televisão.

---

<sup>4</sup> Pelo menos nos Estados Unidos, defende o Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, instituto de pesquisas que avalia o estado da arte da mídia americana. De acordo com o relatório do Pew Research Center e da ADT Research, depois dos ataques às torres gêmeas, em Nova York, o número de reportagens internacionais (principalmente sobre terrorismo) aumentou 135% nas três maiores emissoras de TV americanas, enquanto reportagens com temas domésticos foram reduzidas. O monitoramento da mídia americana foi feito antes e depois do maior atentado terrorista da história. Disponível em: <<http://www.journalism.org/node/1839>>. Acesso em: 18 maio 2008. Em 2008, além das eleições americanas e da crise financeira, as emissoras abertas dos Estados Unidos investiram em assuntos externos em seus telejornais, como mostra outro relatório do Pew Research. Disponível em: <[http://www.stateofthedia.org/2009/narrative\\_yearinthenews\\_network.php?media=2&cat=3](http://www.stateofthedia.org/2009/narrative_yearinthenews_network.php?media=2&cat=3)>. Acesso em: 19 maio 2008.

Ambas disponibilizam imagens vistas por mais de um bilhão de pessoas no globo, e produzem mais de dois milhões e meio de manchetes mundiais.<sup>5</sup>

Esta tese acompanha, de certo modo, um incômodo pessoal que persistia desde a dissertação de mestrado, concluída em 1997 na Universidade de Cardiff, na Grã-Bretanha. Na época, duas décadas depois da publicação do relatório McBride, o noticiário internacional continuava com distorções acerca de temários e regiões, especialmente sobre a África e a América Latina. Nos últimos cinco anos trabalhando como editora internacional, foi possível perceber a característica desse noticiário em preservar assimetrias, inclusive olhando para os veículos que, a rigor, produzem seus conteúdos em paralelo à lógica fordista das agências. O americano *The New York Times*, por exemplo, mantinha, desde dezembro de 2010, manchetes contínuas sobre as piores enchentes da Austrália, com 22 mortos. O mesmo jornal foi indiferente às mais de 500 vítimas no Rio de Janeiro, na manhã da sexta-feira 14 de janeiro de 2011, por, pelo menos, três horas.<sup>6</sup>

O que se busca nesta tese é oferecer um mapeamento mais atualizado sobre o tema, recuperando o papel das agências de notícias, enfatizando o pioneirismo das mesmas, e problematizando questões ainda relevantes de seus informes. Propõe-se, também, uma indicação de bibliografia sobre o fluxo informacional internacional, especialmente obras publicadas recentemente nos Estados Unidos e na Europa, e cuja leitura foi propiciada em função do estágio doutoral realizado na Universidade de Bowling Green, nos Estados Unidos, em 2010.

### **Justificativa e estágio atual da pesquisa**

Procura-se, neste estudo, ressaltar a importância das agências de notícias, especialmente no Brasil, cujas pesquisas no campo do Jornalismo Internacional concentram-se majoritariamente em análises de conteúdo das notícias sem, no entanto, esgotar a mutante e complexa cadeia produtiva de suas principais fontes. Identifica-se uma retomada de trabalhos na academia enfocando as características e distorções do noticiário internacional

---

<sup>5</sup> Informações cedidas à autora por meio de entrevistas e pelos *sites* oficiais das empresas: <[http://thomsonreuters.com/about/reuters\\_news/](http://thomsonreuters.com/about/reuters_news/)>. A APTN garante que chega a ser vista por metade da população mundial em um único dia. <[http://www.aptn.com/80256FEE0057BF4E/\(httpPages\)/43E6D3165367B78280256FF8004A1474?OpenDocument](http://www.aptn.com/80256FEE0057BF4E/(httpPages)/43E6D3165367B78280256FF8004A1474?OpenDocument)>. Acesso em: 20 jan. 2009.

<sup>6</sup> A versão *online* do jornal ficou sem esta notícia, no dia 14 de janeiro de 2011, entre 7h e 10h da manhã. Cf. Anexos.

(FALCIANO, 1999; KUNSCH, 2004), mas há escassos dedicados exclusivamente às agências (AGUIAR, 2010; GÓES, 2008; MARQUES, 2005).

As abordagens que foram publicadas em livros são, em sua maioria, relatos das experiências de ex-correspondentes e não respondem às inquietudes estruturais próprias geradas por uma pesquisa acadêmica, ou seja, não têm “o fôlego científico” requerido numa problematização, como pondera Bonin (2006). Há, no entanto, algumas compilações que se encontram defasadas (ERBOLATO, 2002) e excelentes levantamentos operacionais e históricos, sistematizados pelos jornalistas Pedro Aguiar (2008) e João Batista Natali (2004).

Depois de 25 anos praticamente sem novas pesquisas nesse campo, especialmente nos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil, o professor José Afonso da Silva Junior (2006) defendeu tese de doutorado na UFBA sobre o panorama tecnológico de três agências de notícias (Reuters, Brasil e Estado), mostrando como as mesmas funcionam em redes. O trabalho minucioso, no entanto, evitou, por estratégia da linha de pesquisa, um debate específico sobre as polêmicas escolhas editoriais das agências. Maria José Baldessar (2006), no mesmo ano, também fez uma contribuição singular ao tema, constatando que os veículos brasileiros refletem a lógica contemporânea do fluxo assimétrico de notícias. Examinando mais de 2.000 despachos noticiosos enviados diariamente pela EFE e Reuters, e verificando o aproveitamento dos mesmos nas versões *online* de três jornais de grande circulação no Brasil, Baldessar concluiu que determinados países continuam subestimados, e que a imprensa brasileira tende a meramente reproduzir os padrões editoriais das agências.

Essas foram teses pertinentes e inovadoras, mas que não iluminaram fatos ainda obscuros acerca das agências telejornalísticas, ou seja, as que são voltadas para os telejornais.<sup>7</sup> A APTN e a Reuters TV, que herdaram o patrimônio deixado por suas antecessoras (Visnews, UPITN, WTN), não foram, ao que tudo indica, objetos de pesquisa em nível de doutorado no Brasil. Mesmo depois de ter se dedicado nas duas últimas décadas às agências telejornalísticas, o professor Chris Paterson (2011), da Universidade de Leeds, só publicou um livro inteiro voltado exclusivamente ao funcionamento das divisões audiovisuais da AP e Reuters em 2011.

É fundamental lembrar que professores brasileiros escreveram sobre grupos midiáticos com atuação internacional. Laurindo Leal Filho (1997, 2008) discutiu o modelo da televisão pública na Grã-Bretanha, e mais recentemente enfatizou o papel do serviço da BBC Brasil,

---

<sup>7</sup> Importante citar o trabalho de Ana Tereza Condé Pereira (2007), brasileira que trabalhou como produtora de notícias na APTN, em Londres. Pereira concluiu uma tese sobre as mudanças organizacionais da ABC, resultando em impactos na cobertura internacional da emissora.

enquanto Sebastião Squirra (1995) e José Carlos Aronchi de Souza (2005) sistematizaram, respectivamente, a história das emissoras americanas e do maior canal internacional do mundo, a CNN.

Esta pesquisa se justifica por coletar dados fornecidos diretamente pelas agências Reuters e AP e pelos canais internacionais, como BBC e CNN. Poucos grupos midiáticos de escala global abrem suas fissuras para os interessados em mergulhar na dinâmica de suas ações. A pesquisa aqui concluída demandou, portanto, um longo processo de negociação para liberar visitas e entrevistas. Essa postura tem se intensificado com as fusões entre as empresas midiáticas e também se reproduz em jornais que oferecem conteúdos *online* (PATERSON; DOMINGO, 2008).

O processo histórico de produção de notícias internacionais nos telejornais brasileiros também é pouco divulgado no Brasil – o que colabora, em parte, com uma mitificação e glamorização em torno dessa práxis jornalística, especialmente sobre o trabalho dos correspondentes. Há, contudo, um inventário feito pela TV Globo no qual a emissora conta brevemente como montou suas bases no exterior (MEMÓRIA GLOBO, 2004). Na tentativa de preencher essa lacuna, este trabalho de certa forma contempla o papel das agências internacionais nas rotinas produtivas do telejornalismo global e, por tabela, brasileiro.

Esta tese intenta discutir paradigmas para pensar as agências internacionais em tempos de ruptura e continuidade na política, na comunicação e na economia. As agências de notícias foram tradicionalmente enquadradas em duas escolas teóricas muito fechadas: ora como emissárias da modernização, ora como emissárias de uma dominação global. Diante das novas condições sociais e dos contextos tecnológicos de produção jornalística, de ordem global e local, é possível vislumbrar uma terceira via?

### **Questões, hipótese e objetivos**

É importante esclarecer as circunstâncias e estratégias metodológicas empreendidas na pesquisa para construir um esboço argumentativo. Trata-se de uma iniciativa imprescindível, pois, com ela, conquista-se a solidez necessária para atender aos objetivos do estudo, respondendo às questões levantadas e testando a hipótese.

A questão central que norteou esta pesquisa foi: como as agências que fornecem imagens para as emissoras de televisão operam diante dos novos contextos tecnológicos e editoriais?

Surgiram, naturalmente, duas perguntas oriundas do mesmo problema:

1. Quais os padrões de noticiabilidade que prevalecem à luz das novas tecnologias?
2. A produção de notícias contempla outros assuntos que não sejam de interesse direto das grandes nações/clientes?

A hipótese defendida aqui é de que as reportagens transmitidas pelas agências Reuters TV e APTN são, em sua maioria, determinadas pelos interesses políticos e econômicos de seus maiores clientes, as emissoras de televisão. Se essa hipótese estiver correta, é possível prever que as referidas agências abordarão, em sua maioria, temários que interessam à elite econômica e política mundial.

A hipótese se ampara nos desdobramentos históricos e econômicos do processo internacional da comunicação, bem como no estado atual da globalização da comunicação. A perspectiva teórica adotada foi a Economia Política da Comunicação, dentro do paradigma mais amplo de dominação global.

O objetivo central aqui é revelar como são produzidas as reportagens distribuídas pelas divisões audiovisuais da AP e da Reuters voltadas para o telejornalismo global.

Definidos a questão, a hipótese e o objetivo central, esta tese tem por objetivo cumprir quatro metas:

1. Recuperar a história da APTN e da Reuters TV, contextualizando suas transformações econômicas e políticas;
2. Inventariar seus novos modos de produção e difusão digitais, incluindo novas plataformas e meios de gerenciamento da informação;
3. Discutir os desafios enfrentados pelas agências diante dos novos produtores de notícia;
4. Apontar os critérios de noticiabilidade das agências.

Para dar conta desses objetivos, foram adotadas as seguintes etapas, que se sobrepõem:

1. análise de conteúdo das reportagens disseminadas pelas agências;
2. pesquisa bibliográfica;
3. estudo de casos múltiplos;
4. observação participativa nas agências.

## Percurso metodológico

Para compreender os métodos de investigação, é pertinente refletir sobre algumas questões que permeiam os estudos em ciências sociais aplicadas. Ter consciência de sua falibilidade se constitui num processo fundamental para o pesquisador com pretensões de validar e legitimar suas conclusões.

Karl Popper (1982) ressalta que nenhum conhecimento escapa à crítica, todo conhecimento está sujeito a inúmeras contradições. Na visão popperiana, o pesquisador precisa reconhecer que qualquer afirmação científica baseada em simplesmente observar nunca poderá ser uma verdade absoluta. Uma teoria pode ser considerada válida até quando for provada falsa por outros experimentos e testes, mais abrangentes ou mesmo semelhantes à concepção original. Popper postula que todo conhecimento “não parte do nada”, muito menos de uma simples observação do objeto. O significado das descobertas é creditado, principalmente, ao poder que elas têm de modificar as teorias procedentes. E conclui:

[...] A intuição intelectual e a imaginação são muito importantes, mas não oferecem segurança: podem indicar-nos coisas com muita clareza, mas podem induzir-nos em erro. [...] A função mais importante da observação do raciocínio (e mesmo da intuição e da imaginação) é ajudar-nos no exame crítico dessas conjecturas ousadas com as quais podemos explorar o desconhecido (POPPER, 1982, p. 56).

Entre os vários filósofos que se propuseram a discutir os desafios das ciências sociais está Ernest Nagel (1974). Nagel deixou um legado contra o cientificismo e a superação do positivismo, ou seja, a certeza de que tudo poderia ser racionalmente explicado pela ciência, posta aqui acima de todos os saberes. O neopositivismo rompeu com os clássicos positivistas – aqueles que defendiam que o papel do investigador era somente exprimir a realidade e não julgá-la, produzindo um conhecimento científico “neutro”.

Para o positivismo lógico proposto por Nagel, a prática da ciência, ao contrário do senso comum, consiste em uma crítica dedicada a uma constante avaliação da força de suas conclusões: a ciência se diferencia do sentido do conhecimento. A consequência da relatividade das verdades científicas permite sua validade, embora possa ser superada por parâmetros que mudam e não são constantes.

Nagel formulou o princípio da verificação, segundo o qual será verdadeiro aquilo que for empiricamente verificável, isto é, toda afirmação sobre o mundo deve ser confrontada com um dado. No seu faro vanguardista, propôs soluções para elevar o *status* das ciências sociais.

Partia-se, portanto, da ideia de que tanto os fenômenos da natureza, como os da sociedade, estavam regidos por uma lei invariável. O emprego do termo “variável” permitiu medir as relações entre os fenômenos e inferir algumas generalizações. Para Nagel, é possível alcançar resultados na pesquisa social que possam ampliar-se. As técnicas de amostragem, os tratamentos estatísticos e os estudos experimentais poderiam concretizar esses propósitos, desde que severamente controlados.

A singularidade de sua obra é justamente examinar uma série de problemas que aparecem persistentemente nas discussões metodológicas das ciências sociais, oferecendo alternativas para que elas não permaneçam sendo avaliadas como desprovidas de representatividade. Nagel salienta que, nas ciências sociais, não há nada similar à quase completa unanimidade em que se encontram os pesquisadores das ciências naturais (a física, a biologia etc). Sobre esse ponto, não há um consenso de quais procedimentos são válidos para protagonizar uma investigação “bem fundamentada”. E pior:

Pelo contrário, as ciências sociais produzem a sensação/impressão de que são um campo de batalha das escolas de pensamento de uma guerra interminável, e que até questões que foram objetos de estudos intensos e prolongados permanecem na periferia, formadas mais pelos problemas do que pelos resultados da investigação (NAGEL, 1974, p. 405).<sup>8</sup>

As ciências sociais até o início do século XX não eram encaradas como portadoras de um alcance considerado “satisfatório” pela maioria dos estudos. Caracterizavam-se pelas sérias divergências tanto pelas questões metodológicas aplicadas como pelos conteúdos obtidos. Por conseguinte, havia um consenso geral de tratar a ciência social não como uma verdadeira ciência – os estudos eram meramente descritivos e constatatórios, sem que, de fato, pudessem gerar conclusões confiáveis.

Nagel explica que as “leis” generalizadas eram, na verdade, consideradas muito restritivas. Em outros termos, estavam formuladas de maneira bem menos precisa e só eram aceitáveis como corretas se aplicassem um número muito maior de reservas do que outras “leis” comumente citadas pelas ciências da natureza. Como estratégia para vencer essa dificuldade de aferir um grau de confiabilidade maior para a sociedade como objeto de estudo, ele propôs duas formas de investigação controlada.

O *experimento empírico* permite que o pesquisador possa chegar a uma conclusão, porém, dentro de determinados limites e certos aspectos de uma situação, chamados de

---

<sup>8</sup> “En cambio, las ciencias sociales a menudo producen la impresión de que son el campo de batalla de escuelas de pensamiento en guerra interminable, y que hasta cuestiones que han sido objeto de estudios intensos y prolongados permanecen en la periferia, formada por los problemas no resueltos de la investigación.”

variáveis e fatores. Nesse tipo de pesquisa não apenas se supõe que pode haver mudanças de variáveis confiáveis, como também se acredita nos efeitos induzidos por tais mudanças do fenômeno estudado.

Na *investigação controlada* registra-se um grau mais alto de segurança nas conclusões, pois intenta-se, deliberadamente, buscar situações diferentes nas quais um determinado fenômeno se manifesta uniformemente. Seleccionam-se fatores e manifestações distintas do mesmo fenômeno porque se presume que eles estejam relacionados da mesma maneira.

Esta tese relata uma *investigação controlada exploratória* e tem como proposta mais ampla estudar o fluxo de notícias a partir de dois conglomerados de comunicação, a Reuters TV e a APTN. A opção por esse caminho justifica-se pelos raros estudos sobre agências de notícias realizados no Brasil.

Diferentemente da pesquisa unicamente descritiva, focada em descobrir e observar fenômenos, o estudo exploratório ou experimental propõe “dizer de outro modo ou por que causas o fenômeno é produzido” (RUDIO, 1986, p. 71). Na perspectiva de Richardson (2007, p. 281), “a pesquisa exploratória procura conhecer as características de um fenômeno para procurar explicações das causas e conseqüências de dito fenômeno”. Sampieri, Collado & Lucio (1991, p. 60) são ainda mais didáticos em suas definições:

Eles se caracterizam por serem mais flexíveis em sua metodologia em comparação com os estudos descritivos ou explicativos, e são mais amplos e dispersos que estes dois últimos tipos (por exemplo, buscam observar tantas manifestações do fenômeno estudado quanto for possível).

Bonin (2006) vê a pesquisa exploratória como uma intensa imersão no campo de observação do objeto (no caso aqui proposto, a forma como as agências coletam e distribuem as notícias). Essa modalidade investigativa também é assim classificada por tornar possível que seu resultado seja confrontado com as opiniões e os depoimentos de profissionais que atuam na produção do objeto, e com a bibliografia já existente sobre o tema. À luz da divisão estabelecida por Trivinos (1990), este trabalho poderia ser igualmente associado à realização de uma pesquisa descritiva, pois analisará um determinado número de notícias, por um tempo pré-estabelecido e limitado, recuperando dados históricos, seja por meio da coleta de dados institucionais fornecidos diretamente pelas empresas ou por meio da bibliografia disponível.

### **Análise de conteúdo: desafios e limitações**

Laurence Bardin (1977) e Klaus Krippendorff (1990, 2004) identificaram os primeiros sinais de aplicação de análise de conteúdo na Suécia, em 1640,<sup>9</sup> quando o clero da igreja luterana resolveu descobrir mensagens subliminares contidas em 90 hinos religiosos anônimos, batizados de *Os cantos de Sião*. Os cantos logo foram vistos como disseminadores de heresias e ideias perigosas sobre a igreja, capitaneadas por grupos dissidentes contra o clero que, na época, controlava o Estado.

Bardin recorda também que uma técnica ainda primitiva do método foi empregada numa pesquisa com duração de dez anos, entre 1908 e 1918, ocasião em que um professor americano e um antropólogo polonês avaliaram a integração de imigrantes na Europa e nos Estados Unidos, a partir de unidades específicas: artigos de jornais, cartas, diários e relatórios oficiais. Krippendorff (1990) cita Max Weber, que, na primeira década do século XX, propôs um projeto em larga escala utilizando o método como forma de debater, monitorar e criticar a imprensa alemã. Wilson Corrêa da Fonseca Junior (2005) destaca que o método tornou-se muito popular na Ciência Política, Psicologia, Crítica Literária e Sociologia. Todavia, foi a Comunicação massiva seu campo mais fértil.

A primeira aplicação do método reconhecidamente testada ao noticiário foi realizada por Gilmer Speed, entre 1881 e 1893. Segundo Krippendorff (1990), o estudo rastreava o que os periódicos nova-iorquinos refletiam sobre a transformação coletiva da sociedade. Speed já chamava atenção para fofocas, escândalos e performances esportivas em detrimento da cobertura de temas científicos, políticos e religiosos. A partir daí, especialmente nos Estados Unidos, com o surgimento da primeira escola de Jornalismo, a Columbia, multiplicaram-se os estudos quantitativos sobre o conteúdo de colunas, artigos e crônicas. Todos eles, em essência, combatiam a emergência do jornalismo sensacionalista.

Bardin também ressalta a importância histórica das obras de Paul Lazarsfeld e Harold Laswell, este último demarcando as técnicas de propaganda que mais influenciaram as pessoas, especialmente por governos e regimes antidemocráticos, ainda antes dos anos 1930.

A autora observa que a explosão de pesquisas concluídas nessa direção ocorre em paralelo ao desacordo profundo sobre as conclusões geradas a partir do método. Surgiram as críticas vinculando a análise de conteúdo à ação esgotada, típica dos funcionalistas. A cosmovisão dos teóricos frankfurtianos (especialmente Horkheimer e Adorno) era de que a análise de conteúdo era refém de uma ciência social reduzida a uma mera pesquisa técnica, de

---

<sup>9</sup> Essa data, fornecida por Bardin, diverge da de Krippendorff.

catalogação de dados, uma vez que ignorava “as próprias mediações sociais” (WOLF, 2003, p. 74).

Novas tentativas de definição sobre o método floresceram na possibilidade de vê-lo como um instrumento que pode ser agregado a outras análises: mais seguras e menos restritivas. Robert Weber (1985) classifica-o como um dos mais eficientes para apontar tendências nos estudos da comunicação. Arthur Asa Berger (1982, p. 107) é mais cauteloso: medindo o tamanho e o volume de um tema (terrorismo, violência, saúde), num determinado *corpus* divulgado por um meio de qualquer suporte (rádio, TV, jornal, internet), e estabelecendo uma tipologia (artigos, crônicas, reportagens), “é possível responder a algumas questões da comunicação de massa”.

Karl Rosengren (1981) aborda a eficiência do método de modo ainda mais sucinto: ele serve apenas para fazer inferências sobre determinados formatos aos quais se destina, elucidando questões mais gerais. Deve ser encarado, portanto, como um dos atalhos para revelar o que não está claro a leitores ou telespectadores, mas não necessariamente pode ser usado sem ressalvas ou emulado com facilidade em todos os contextos de pesquisa na comunicação.

Entre as décadas de 1960 e 1980, a análise de conteúdo se viu numa encruzilhada: continuava sendo vista como ferramenta ultrapassada num mundo em permanente deslocamento e transição. No entanto, com a consolidação da internet comercial disponibilizando grandes quantidades de arquivos históricos *online*, o interesse pela técnica se renovou, mobilizando investigadores de diversas matrizes.

Krippendorff (2004) propôs uma espécie de reconciliação com o método, sugerindo alguns ajustes para recuperar a sua credibilidade. Orientou, por exemplo, um esforço redobrado nos processos de codificação e sua associação a outras estratégias, como entrevistas e observação do objeto. A depender do interesse do pesquisador pode-se, por exemplo, deter-se mais aos dados quantitativos do que aos qualitativos.

O primeiro passo é definir precisamente o recorte e como os dados serão obtidos. Num segundo momento, deve-se deixar explícito em que contexto os mesmos dados serão extraídos. Os psicólogos, por exemplo, podem avaliar uma mesma mensagem de modo diferenciado de um estudo conduzido por um sociólogo. Num terceiro e crucial momento, é necessário revelar claramente os pressupostos, o conhecimento prévio sobre o assunto e os objetivos a serem alcançados. Laurence Bardin recomenda, ainda, “uma leitura flutuante”, um experimento piloto, a fim de que se tenha contato imediato com o objeto, confrontando-se

com possíveis erros para minimizá-los futuramente. Os dois autores recomendam garantir uma amostra mais significativa, não necessariamente gigante, mas, acima de tudo, abrangente.

Krippendorff aponta pelo menos três tipos de amostra. A aleatória é aquela escolhida geralmente quando não existe nenhum conhecimento sobre os fenômenos em questão. A estratificada é ideal quando se decide verificar, por exemplo, o conteúdo de jornais segundo sua zona de distribuição, frequência da publicação, quantidade de leitores, ou mesmo estudos entre jornais mais sensacionalistas ou tradicionais. É, em suma, uma amostra em que o pesquisador tem informações prévias durante a primeira manipulação dos dados (a experiência piloto), ou durante sua observação do objeto. Pode-se, por exemplo, construir uma amostra estratificada de 53 edições, comparando a segunda e quarta semanas de maio de 2005 com a primeira e terceira semanas de maio de 2006.

Na amostra sequencial, os dados são coletados com base em uma sequência pré-definida. Todavia, optar pelo recorte sequencial pode gerar dados equivocados, como ocorreu no estudo conduzido por pesquisadores que mergulharam na edição dominical do *The New York Times*. Eles acreditavam que, entre 1932 e 1942, o número de casamentos de judeus havia diminuído na cidade, pois já não eram mais divulgados pelo jornal. No entanto, o que os mesmos não sabiam é que, justamente nos meses avaliados, o judaísmo proibia a realização de cerimônias de matrimônio. O que se tem, nessa situação, é um desvio capaz de alterar todo o sentido da pesquisa. Similarmente, qualquer estudo que se disponha a aferir o número de notícias sobre os Estados Unidos e a China durante o ano de 2008 tem de levar em conta dois contextos importantes: os jogos olímpicos e as eleições presidenciais americanas.

Reconhece-se também que a busca de um ano supostamente “neutro”, de “não-evento”, como fez Maria José Baldessar (2006), tampouco impede o surgimento de riscos, pois alguns fatos jornalísticos inesperados podem “contaminar” a amostra. Se, por exemplo, um pesquisador verificasse o que a Reuters TV e a APTN distribuíram aos seus clientes durante uma semana em março de 2009, certamente constataria uma alta incidência de reportagens sobre a Itália, devido ao forte terremoto que sacudiu uma das províncias daquele país. O mesmo dispositivo de contaminação apareceria na primeira semana de junho de 2009, quando o Brasil atraiu a atenção mundial após a queda de um avião no Atlântico.

Amostras aleatórias, portanto, estão vulneráveis a recortes frágeis. Em uma das amostras colhidas para esta tese, houve uma intensa presença de reportagens das tragédias ocorridas na Ásia, durante o período das monções, em agosto. Nessa época, chove bastante naquela região e vários países enfrentam alagamentos e inundações de proporções desastrosas.

De todas essas observações persiste, ainda, um problema concreto numa análise de conteúdo: a categorização (de temas e países) pode se estabelecer de modo muito complexo e subjetivo. Jim Macnamara (2006) é enfático em sua crítica ao questionar, por exemplo, como se pode definir uma notícia associada à violência, como classificar notícias advindas de um único território se ela envolve o interesse de várias regiões.

Isso não significa dizer que não se tem como corrigir a mola que desencadeia possíveis distorções e generalizações infundadas. Heloiza Herscovitz (2007, p. 126) considera a análise de conteúdo um método muito adequado aos meios de comunicação e às práticas jornalísticas, sobretudo para discutir os estereótipos e o etnocentrismo nos noticiários regional e internacional. Preferencialmente, diz a pesquisadora, devem-se misturar as abordagens, pois hoje a técnica “desfavorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo, promovendo uma integração das duas visões, de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo”.

Para dar respostas às indagações contidas neste projeto, seria necessário adaptar uma série de tipologias sugeridas por Krippendorff (2004), Bardin (1977) e Richardson (2007), incorporando análises qualitativas e quantitativas. O recorte desta análise se deu por meio de duas amostras estratificadas e uma aleatória. O objetivo era contemplar um cenário mais amplo sobre o perfil do volume noticioso emanado pelas agências telejornalísticas.

O tipo de amostragem estratificada foi intencional ou de seleção racional, vista por Richardson (2007, p. 161) como viável, já que os “elementos que formam a amostra relacionam-se intencionalmente de acordo com certas características estabelecidas no plano e nas hipóteses formuladas pelo pesquisador”.

A primeira amostra estratificada resgata 84 roteiros de reportagens (*scripts*) transmitidos pelas agências Reuters TV e APTN aos seus assinantes, no dia 19 de novembro de 2009. A data foi escolhida intencionalmente, pois era preciso encontrar um dia sem grandes fatos no noticiário internacional, a fim de não tornar a unidade de contexto contaminada pelos eventos midiáticos de grande apelo. Do material colhido, foram criadas cinco categorias: regiões, países, temas, natureza da notícia e fontes utilizadas (informação e imagem).

A segunda amostra, aleatória, foi concluída sobre o conteúdo de 673 *scripts* distribuídos pelas agências durante uma “semana artificial”, escolhida no mês de agosto de 2010. A construção do período é válida por retratar, de forma diversificada, a difusão de notícias a partir das agências analisadas. Combinam-se dias equivalentes para a composição

de uma semana, a partir de momentos diferentes, oferecendo um leque de maior diversidade (HERSCOVITZ, 2007).

No entanto, esta pesquisa não estabelece uma “semana construída” nos termos que Riffe, Aust e Lacy defenderam em 1993. Aqui, a semana foi instaurada com o primeiro domingo e segunda-feira do mês (dias 1º e 2 de agosto); a segunda terça-feira e quarta-feira do mês (10 e 11 de agosto); a terceira quinta-feira e sexta-feira do mês (19 e 20 de agosto); e o quarto e último sábado do mês (28 de agosto). Foram observados, nessa etapa, apenas os países e as regiões majoritariamente cobertos.

Durante o estágio doutoral na Universidade de Bowling Green, em janeiro de 2010, decidiu-se por realizar uma análise-teste, a partir de um universo ainda mais restrito sobre um acontecimento inesperado: o terremoto no Haiti. A terceira amostra estratificada apresenta uma avaliação sobre 377 *scripts* encaminhados pelas mesmas agências aos cerca de 500 assinantes, entre 13 e 19 de janeiro de 2010.

Foram averiguados os enquadramentos dados a essa cobertura simbólica, justamente pela mesma combinar dois elementos emblemáticos. Era, afinal, a notícia de uma tragédia mundial sem precedentes (no país mais pobre das Américas, 250 mil mortos), ocorrida fora do eixo de prioridades das agências. Aqui a proposta foi encontrar duas codificações: as principais fontes utilizadas e os tópicos mais abordados pelas agências.

Ao direcionar o olhar para esse tipo de amostra, buscava-se verificar quais temários e atores sociais haviam sido priorizados pelas agências para reportar um drama que, mais uma vez, tocava nos medos de uma sociedade planetária em permanente risco (BECK, 2009; COTTLE, 2009). A tabela a seguir resume as três amostras empreendidas na análise de conteúdo, com o volume, a característica e as datas escolhidas:

	Volume	Característica	Data
<b>Amostra 1:</b> Quantitativa e Qualitativa	84 <i>scripts</i>	Regiões, países, temas, natureza da notícia e fontes utilizadas (informação e imagem)	19/11/2009
<b>Amostra 2:</b> Quantitativa (semana construída de agosto de 2010)	673 <i>scripts</i>	Países e regiões dominantes	1 e 2 de agosto de 2010 (domingo e segunda-feira) 10 e 11 de agosto de 2010 (terça e quarta-feiras seguintes) 19 e 20 de agosto de 2010 (quinta e sexta-feiras posteriores) 29 de agosto de 2010 (último sábado do mês)
<b>Amostra 3:</b> Qualitativa (cobertura do terremoto no Haiti)	377 <i>scripts</i>	Tópicos e fontes	7 dias, entre 13 e 19 de janeiro de 2010

**Figura 01** Quadro-resumo com o tipo de conteúdo usado na pesquisa

É fundamental esclarecer um aspecto comum das três amostras: todas foram observadas à luz do roteiro textual, ou seja, da descrição das imagens e informações redigidas pelas agências (*scripts*), pois só com esses elementos já seria possível apreender as categorias que esta pesquisa se propõe a aferir (regiões, temários ou tópicos, fontes, países, categorização de notícia).

Este trabalho, portanto, não é um estudo sobre as imagens das agências, até porque não se teve acesso às imagens, mas à descrição delas por meio dos *scripts* enviados pelas agências aos clientes. Além de analisar as imagens fugir à pergunta de pesquisa, havia uma limitação de tempo e recursos. Seria preciso assistir às 1.134 reportagens com, pelo menos, dois minutos de duração cada uma. Se, em média, cada *script* corresponde a duas páginas, o material total coletado já era de difícil manuseio: mais de 2.000 páginas foram impressas, separadas e lidas para realizar a análise de conteúdo.

Esclarece-se, ainda, um impedimento técnico: não há como gravar essas reportagens, como se costuma fazer quando se investiga, por exemplo, o conteúdo de uma publicidade, de

uma novela ou dos programas telejornalísticos (com frequência, o pesquisador grava o conteúdo do ar em tempo real, ou programa a captação por meio de artefatos tecnológicos muito simples e baratos). A matéria-prima das agências é direcionada exclusivamente para a sua rede de clientes, emissoras que assinam e pagam pelo serviço. Recorreu-se, portanto, apenas aos *scripts* disponíveis livremente na internet (no caso da Reuters TV) e acessados por meio de uma senha fornecida pela empresa (no caso da APTN).

### **Estudo de casos múltiplos**

A tese também se ampara no método de estudo de casos múltiplos, de caráter descritivo e analítico. Robert Yin (2001) lembra que existem preconceitos contra o uso desse tipo de método. Segundo o autor, os procedimentos metodológicos para a realização de um estudo de caso não são claramente definidos, o que pode gerar várias suspeitas sobre a eficiência do planejamento, bem como sobre a coleta e análise dos dados, comprometendo, assim, toda a qualidade do trabalho. Yin se tornou um grande defensor de sua aplicação apesar das ressalvas citadas. De acordo com o autor, “as provas resultantes de casos múltiplos são consideradas mais convincentes, e o estudo global é visto, por conseguinte, como sendo mais robusto”. Ele define o método de maneira simples e compreensível:

O mesmo estudo pode conter mais de um caso único. Quando isso ocorrer, o estudo precisa utilizar um projeto de casos múltiplos. [...] Uma percepção importante que se deve ter é considerar casos múltiplos como se consideraria experimentos múltiplos – isto é, seguir a lógica da replicação.<sup>10</sup> Isso é muito diferente de uma analogia equivocada do passado, quando se considerava erroneamente que os casos múltiplos eram semelhantes aos respondentes múltiplos em um levantamento (YIN, 2001, p. 68).

No estudo de casos múltiplos adotado por esta pesquisa se faz necessário um tempo maior destinado à análise, já que, além da coleta de dados numerosos, há uma obrigação de olhá-los com base nos dados prospectados nos outros métodos paralelos. No procedimento apenas descritivo, o tempo não é necessariamente extenso, pois visa-se somente descrever o objeto estudado. Há várias formas de aplicação desse método na Comunicação:

A mais importante é *explicar* os vínculos causais em intervenções da vida real que são complexas demais para as estratégias experimentais ou aquelas utilizadas em levantamentos. Uma segunda aplicação é *descrever* uma intervenção e o contexto na vida real em que ela ocorre. Em terceiro lugar, os estudos de caso podem *ilustrar* certos tópicos dentro de uma avaliação, outra

---

<sup>10</sup> A lógica da replicação pode ser explicada com um exemplo retirado do livro de Yin (2001, p. 34): [...] “Se uma pessoa tiver acesso a apenas três casos de uma rara síndrome clínica em psicologia ou medicina, será adequado o projeto de pesquisa que previr os mesmos resultados para cada um dos casos, produzindo, dessa forma, evidências que comprovem que os três casos relacionam-se com a mesma síndrome. Se forem obtidos resultados semelhantes a partir dos três casos, diz-se que ocorreu uma replicação”.

vez de um modo descritivo – mesmo de uma perspectiva jornalística. A quarta aplicação é que a estratégia de estudo de caso pode ser utilizada para *explorar* aquelas situações nas quais a intervenção que está sendo avaliada não apresenta um conjunto simples e claro de resultados. Em quinto lugar, o estudo de caso pode ser uma “meta-avaliação” - o estudo de um estudo de avaliação (YIN, 2001, p. 34).

O estudo de caso é, portanto, uma pesquisa sobre um grupo, uma comunidade, uma empresa, para prospectar “indagações em profundidade” (RUDIO, 1986, p. 172). A partir dos trabalhos concluídos recentemente no Brasil, esta tese procura não se desvencilhar dos chamados métodos triangulares de pesquisa, conectados com uma combinação de procedimentos.

São úteis as sugestões de Elias Machado e Marcos Palacios (2007), para quem a multiplicidade de metodologias é um enlace eficaz, sobretudo em projetos que envolvam os conteúdos de organizações midiáticas. No texto em que esboçam a produção levada a cabo pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online da Universidade Federal da Bahia (GJOL), os professores alertam que o estudo de caso convencional, sem ambições teóricas e conceituais, é apenas parte desse processo. Até mesmo nas etapas mais nobres do estudo, é preciso colocar os conceitos postos à prova ao longo de todos os capítulos, em vez de primeiro construir o referencial teórico e depois simplesmente descrever o objeto. “Na medida do possível, os pesquisadores são orientados para distribuir suas descobertas ao longo de todo o artigo, dissertação ou tese” (MACHADO; PALACIOS, 2007, p. 206).

Nessa direção, o resultado das entrevistas abertas e presenciais desta pesquisa acabou sendo pulverizado em todos os momentos da tese, embora com mais ênfase nos capítulos III e IV. Além de funcionários das agências noticiosas, correspondentes brasileiros e jornalistas de emissoras internacionais foram ouvidos. Em quase todas as ocasiões, as conversas se estabeleceram de modo informal, havendo apenas uma longa entrevista de quase duas horas, gravada, em momentos distintos, com os diretores da APTN e da Reuters TV. As outras informações foram fornecidas por e-mail ou telefone, e posteriormente foram novamente checadas para corrigir possíveis imprecisões.

A escolha pela entrevista semiestruturada se deu porque esse é um modelo mais flexível, mesmo com um roteiro de perguntas pré-definidas. As questões variaram de teor de acordo com a hierarquia do entrevistado na empresa (editor, coordenador, produtor, contato comercial, operador), permitindo que algumas dúvidas fossem esclarecidas durante o contato (face a face) com o entrevistado (SÁ BARRETO, 2006).

## Observação participativa

Por último, este trabalho se insere no viés de uma pesquisa participativa, que ganhou força entre 1980 e 1990 e vive atualmente uma retomada de aceitação na academia. São os estudos tradicionais de *newsmaking*, chamados de observação sistemática das rotinas produtivas nas redações jornalísticas (GANS, 1979; TUCHMAN, 1983), que já têm quase meio século e inspiraram centenas de pesquisadores no mundo inteiro.

A pesquisa qualitativa e a participativa são harmônicas. Cicilia Peruzzo (2006, p. 133-134) sublinha que na observação participativa “o pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas as suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação”.

Como já dito, as restrições para acompanhar empresas jornalísticas com imensas demandas produtivas são consideráveis, resultando em acessos extremamente controlados e limitados, embora vários contatos e entrevistas tenham sido realizados após a passagem pelas redações das agências. Sendo assim, durante a última semana de novembro de 2008, nos dias 24 e 28, nos foi permitido monitorar os processos de captação, seleção e edição das notícias nos escritórios-sede da APTN e da Reuters TV, em Londres.<sup>11</sup> As sucursais das agências no Rio de Janeiro foram visitadas, durante dois dias, em abril de 2010, resultando em quatro dias de observação. Empresas globais com ligações fortes com o objeto (as redes BBC, em Londres, e a CNN, em Atlanta, nos Estados Unidos) também foram incluídas na pesquisa de campo.

Peruzzo acredita que a pesquisa participativa tem ainda duas vantagens: o investigador vê “as coisas de dentro” do ambiente investigado e “compartilha interesses e fatos”. Assim, eles

[...] vão encontrar respaldo no método dialético (ou do materialismo histórico dialético nas correntes de esquerda), que possibilita a captação do fenômeno em todas as suas dimensões constitutivas, desde sua história e dinamicidade até as múltiplas determinações inerentes a qualquer fenômeno (PERUZZO, 2006, p. 130).

No que tange à pesquisa observacional e participante, Alfredo Vizeu (2000) vê vantagens do procedimento para os investigadores carregados de uma vivência profissional na área. Sem dúvida, os jornalistas ouvidos nesta tese teriam que ser muito mais didáticos em

---

<sup>11</sup> O novo centro nervoso (*Nerve Center*) da Associated Press também foi incluído nessa visita. No dia 14 de abril de 2010, em Nova York, foram coletados depoimentos e dados sobre as estruturas multimídia da agência.

suas respostas se tivessem sido inquiridos por outros estudiosos não familiarizados com as rotinas produtivas do telejornalismo internacional.

Sobre esse aspecto, aliás, Cláudia Lago (2007) é otimista. Ao se aproximar do universo jornalístico com conhecimento próprio prévio de suas práticas, é possível descobrir informações curiosas e relevantes. Em suma, “o ouvir, alcançado mediante entrevistas em profundidade, abertas, mas também diálogos casuais, ajuda ao pesquisador perceber o sentido das ações que observa” (LAGO, 2007, p. 52).

No caso das agências, que trabalham em ritmo contínuo, a prioridade é atender às solicitações de entrevistas e visitas feitas por profissionais do setor. Victoria Smith Ekstrand, que dirigiu entre 1990 e 1999 as relações com a mídia da Associated Press, em Nova York, conta que um dos motivos de a AP ter sido tão refratária a liberar seus dados para as universidades era o fato de contar, há até bem pouco tempo, com uma equipe enxuta demais para ter tempo de parar e atender um pesquisador alheio às práticas das agências. “Parece mentira ou resistência política. Mas não era. A única coisa com que concordávamos era com os pedidos encaminhados pelos grandes clientes, já que, naqueles casos, não teríamos que começar do zero, ensinar o básico ao pesquisador.”<sup>12</sup>

Do ponto de vista institucional, a Reuters não avalia essa relação de modo tão flexível. Há regras severas sobre a condução de estudos observacionais em suas instalações. Conforme seu manual na internet, a preferência é atender aqueles pesquisadores que não usarão as informações em publicações, alimentando interesses escusos da concorrência. “Os correspondentes devem falar por um breve período desde que a entrevista cause mínima interrupção durante o trabalho. [...] Não podem dar opiniões e fazer afirmações que provoquem controvérsia, causem embaraço à Reuters e subestimem a nossa reputação.”<sup>13</sup>

O observador com perfil múltiplo, ou seja, que também trabalha como profissional da área, também pode encontrar desvantagens. Em vários momentos das entrevistas, foi preciso esclarecer os objetivos da visita e frear debates calorosos diante de perguntas polêmicas, pois os responsáveis pelas duas agências também criticavam veículos brasileiros. Tratava-se, também, de viver aquilo que Mauro Wolf (2003, p. 192) define como uma armadilha do *going native*, em tradução livre, o momento em que “o pesquisador acaba assimilando o modo de

---

<sup>12</sup> Em entrevista à autora, em 15 de fevereiro de 2010.

<sup>13</sup> “We only allow brief interviews that impinge little on correspondents’ time. [...] Correspondents should say nothing that could provoke controversy, embarrass Reuters, undermine our reputation. Cf. <[HTTP://handbook.reuters.com/index.php/Freedom\\_from\\_bias](http://handbook.reuters.com/index.php/Freedom_from_bias)>. Acesso em: 13 fev. 2009. Tanto a APTN como a Reuters TV exigiram cartas antes da realização das entrevistas. Nelas, firmou-se o compromisso de usar as informações somente para fins acadêmicos, com restrições à publicação.

proceder, de pensar e avaliar os jornalistas, e torna-se ‘um deles’, modificando o próprio papel na situação”.

O problema foi contornado quando os entrevistados e seus subordinados foram novamente acionados por e-mail para esclarecer dados a partir das primeiras conclusões extraídas das amostras. É importante frisar que as abordagens etnográficas na comunicação (*newsmaking*) ainda padecem de fragilidades. Tanto Wolf (2003) como Paterson e Domingo (2008) lembram que, muitas vezes, nos períodos de crise, de ajustes de linha editorial, a simples presença do pesquisador se revela incômoda e as empresas acabam, de propósito, excluindo o entrevistador de um problema real a ser enfrentado pela equipe, sonhando informações preciosas.

Com frequência, muitos entrevistados dizem também algo que posteriormente não pode ser creditado porque percebem que estão em apuros ao quebrarem as regras de violação de sigilo. Enfim, “descer ao campo”, como assinala Yves Winkin (1998, p. 16) ao citar Erving Goffman, tem suas dores e vantagens, por isso é urgente um afastamento, um “paraenvolvimento”, para tentar se associar menos aos indivíduos ouvidos durante a pesquisa. Cláudia Lago (2007, p. 56) põe o dedo na mesma ferida e convoca o pesquisador a adotar uma postura distante e moderada, que chama de “suspeição”, já que, em se tratando de jornalistas observando jornalistas, eles estão “sujeitos a percepção bastante marcada pelo próprio campo”.

Em síntese, esta tese é um estudo exploratório e qualitativo, escorado em pequenas amostras em vez de uma grande massa noticiosa, com a finalidade de “promover uma compreensão inicial do conjunto de problema de pesquisa” (MALHOTRA, 1993, p. 156). Ao alinhar essa rede de estratégias, postula-se um olhar mais híbrido sobre o nosso objeto. É sobre essa trilha que se pretende desenvolver o tema aqui proposto, estimulando diálogos e ajudando a pavimentar novos caminhos metodológicos.

## Roteiro da tese

Esta tese é dividida em **cinco** capítulos. No capítulo I, valendo-se da bibliografia internacional sobre agências de notícias, enquadram-se as filiações teóricas, os alinhamentos e as vertentes que prevalecem neste trabalho. Trata-se também de um esforço para escapar de proposições conceituais e pontos de vista muito fechados, embora a vertente crítica da Economia Política da Comunicação seja o instrumento de análise do objeto. Como se antecipou nesta introdução, a notícia internacional enfrenta mutações que necessitam ser examinadas antes mesmo do debate sobre as tradições da pesquisa. Em razão disso, o percurso argumentativo parte de um retrato da atual gama midiática e depois discute como as agências estão atentas a essa realidade fenomênica, produzindo conteúdos para celulares inteligentes diretamente para o consumidor e rompendo, assim, sua própria gênese. Discute-se também como a Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação (Nomic) dimensionava o papel das agências ocidentais.

No capítulo II, contextualiza-se a história das agências, apontando as transformações do Jornalismo Internacional. Discute-se, particularmente, como a globalização reorganizou a noção do tempo e do espaço, encurtando as distâncias, criando vínculos universais e “autoestradas” de informação. Marcam-se os eventos simbólicos na história dessas empresas: desde o surgimento do cartel de notícias, na virada dos séculos 19 e 20; a escolha do meridiano de Greenwich, em Londres, como referência de uma hora mundial, em detrimento de Paris ou Nova York; e o aparecimento das primeiras agências dedicadas à produção audiovisual, nos anos 1960 (Visnews, UPITN). Argumenta-se a favor da hipótese da emergência de papéis específicos que as agências desempenham no contexto social da comunicação. Por fim, descreve-se o atual estado da arte das agências como negócio, evidenciando o crescimento e aproveitamento de seus conteúdos nos portais de notícias e nas emissoras de televisão. Parte-se do pressuposto de que o fortalecimento das agências está diretamente ligado ao desmantelamento das sucursais das emissoras de televisão e à perda de audiência de telejornais, ao menos na Europa e nos Estados Unidos.

No capítulo III, é revelado como se dá o processo de coleta e distribuição de informação das duas agências, que tipo de produto é oferecido às emissoras, como se comporta o comércio atual de notícias dentro de um *ecossistema* noticioso, agora exposto a novos protagonistas midiáticos. Elabora-se, a partir da vasta bibliografia, das entrevistas e da observação nas empresas, a figura que representa o atual ciclo informacional do telejornalismo mundial.

No capítulo IV, é possível perceber que, assim como na nova economia global, em que países estão cada vez mais vulneráveis a desestabilização, as agências aqui estudadas não detêm exclusividade nos relatos transfronteiriços. Agora se confrontam com jogadores dispostos a entrar na concorrência, como a Newsource, a agenciadora dos conteúdos produzidos pela CNN Internacional. É relatado como são feitos os contratos entre as agências e as emissoras mundiais. Pretende-se, com este capítulo, mapear a trajetória empresarial das duas agências em contrapartida ao modelo de outra agência, a European Broadcast Union (EBU).

No capítulo V, são descritos os dados obtidos com a análise de conteúdo das reportagens enviadas pelas agências para todas as emissoras. Três amostras, colhidas entre 2009 e 2010, e já detalhadas no percurso metodológico desta introdução, foram sistematizadas para a análise. Antes do mapeamento há uma breve discussão sobre os estudos clássicos do valor-notícia. Discutem-se temas, regiões e fontes priorizados pelas agências. Elabora-se, também, um organograma hierárquico para descrever a tomada de decisões das agências no processo diário de seleção de notícias, a partir das visitas e entrevistas realizadas nos seus escritórios na Europa, no Brasil e nos Estados Unidos.

Nas considerações finais apresentam-se as conclusões desta tese, retomando os objetivos da pesquisa e confrontando os resultados encontrados com a hipótese central. São apontadas as lacunas no campo de investigação que ainda precisam ser preenchidas.

No glossário estão os termos comumente usados nas redações das agências telejornalísticas.

Nos anexos consta o material visual que não foi inserido no corpo do trabalho, mas que ajuda no entendimento do objeto de pesquisa.

## CAPÍTULO I

### CONCEITOS: MARCO TEÓRICO DA PESQUISA

Como as agências internacionais encontram seu lugar dentro da malha informacional infinita e aparentemente incontrolável da internet? Como essas empresas que difundem em suas redes um bem cultural e o transformam em mercadoria simbólica podem ser alinhadas num referencial teórico que dê conta de toda a complexidade do modo capitalista da produção de notícias? O presente capítulo procura responder a essas questões, convocando as inferências que podem ser feitas sobre as agências de notícias a partir da Economia Política da Comunicação, ocupada em esclarecer e discutir as principais transformações careadas pela gama midiática na era do capitalismo.

#### 1.1 A notícia internacional em transição

*Acabamos de saber que Michael Jackson morreu. Ele tinha 50 anos.*<sup>14</sup>

Produto da indústria cultural, a notícia internacional forja-se na tensão entre duas tendências muito evidentes na comunicação: os interesses econômicos do capitalismo com pretensões monopólicas e os chamados “neofluxos” informacionais, impensáveis quarenta anos atrás. Na comunicação, e em especial no Jornalismo, há muitas dúvidas sobre as consequências do caldeirão revolucionário da internet, que nem de longe parece ter um ponto de fervura. Não há como constituir esse percurso destituindo um debate prévio sobre os recursos comunicacionais de hoje.

A internet, a telefonia móvel e os recursos digitais provocaram diversas singularidades, especialmente no Jornalismo, que agora usufrui e contempla a mobilidade, uma das matrizes culturais pós-modernas (AUGÉ, 2007). Há computadores portáteis, aparelhos de telefonia móvel com possibilidade de acesso em tempo integral à *web*,

---

<sup>14</sup> “We’ve just learned Michael Jackson has died. He was 50.” Site do TMZ, às 14h do dia 25 de junho de 2009, quase uma hora antes de a CNN confirmar a mesma notícia. Cf. <<http://www.tMZ.com/2009/06/25/michael-jackson-dies-death-dead-cardiac-arrest/>>. Acesso em: 25 jun. 2009.

residências monitoradas por microcâmeras ligadas *online* com equipamentos em pontos distintos, pessoas se comunicando constantemente por frases de até 140 caracteres, telefones celulares que, na palma das mãos, oferecem, em segundos, imagens de cidades, ruas e prédios de qualquer parte do mundo.<sup>15</sup> Por meio de dispositivos móveis, a produção de notícias também ganha mais agilidade: celulares com câmeras oferecem ao jornalista a possibilidade de postar notícias em tempo real, justamente em ambientes de distribuição acessíveis via internet, como a blogosfera e as redes sociais.<sup>16</sup>

Os primeiros lampejos que projetavam uma leitura social da pós-modernidade podem ser identificados nas assertivas de Marshall McLuhan, especificamente em *Understanding media*, obra que revolucionou os estudos no campo da comunicação. Em 1964, o autor canadense já escrevia: “Hoje, as tecnologias e seus ambientes conseqüentes se sucedem com tal rapidez que um ambiente já nos prepara para o próximo” (MCLUHAN, 2005, p. 47).

É em McLuhan que se pensa, de imediato, quando se recorre à postulação mais abrangente de que a energia elétrica, a comunicação eletrônica e, posteriormente, a digital se transformariam em agentes mutantes dos comportamentos sociais. McLuhan (2005, p. 39) acreditava na teoria de meios quentes e frios:

Há um princípio básico pelo qual se pode distinguir um meio quente, como o rádio, de um meio frio, como o telefone, ou um meio quente, como o cinema, de um meio frio, como a televisão. Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em “alta definição”. Alta definição se refere a um estado de alta saturação de dados. [...] A fala é um meio frio de baixa definição, porque muito pouco é fornecido e muita coisa deve ser preenchida pelo ouvinte. De outro lado, os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência.

McLuhan estava atento às possibilidades à disposição na época e vislumbrava que essas características forçariam o aparecimento de um novo momento para a humanidade. Em seguida, ele mesmo ampliou os indícios do surgimento de uma nova fase social ao defender os conceitos da aldeia global, metáfora de que as pessoas podiam se comunicar com rapidez, independentemente das questões espaciais que as separavam.

Zygmunt Bauman (2001, p. 8) foi além e cunhou um conceito mais amplo: a modernidade líquida ou fluida, na qual a falta de uma estrutura espacial, ou seja, a questão espacial, já não tem tanta importância:

<sup>15</sup> Caso do aplicativo Google Earth.

<sup>16</sup> Sobre esse aspecto, o especialista suíço Moritz Wuttke acredita que, em 2014, internautas do mundo estarão usando mais seus aparelhos celulares inteligentes e tablets do que seus computadores pessoais (ANTUNES, 2010).

Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas “por um momento”.

Bauman reelabora essa concepção da pós-modernidade dentro de uma nova sociedade empenhada no realinhamento de fronteiras políticas, sociais e econômicas. Ele argumenta que a modernidade líquida é uma condição que promove uma exigência maior de liberdade, uma mutação dos meios quentes e frios propostos inicialmente por McLuhan. Agora, o receptor/usuário também é agente, e não aceita limitações estruturais. Em outro texto, Bauman (2007, p. 9), assim como Castells (2005a), se refere à sociedade atual como uma “matriz de conexões e desconexões aleatórias e de um volume essencialmente infinito de permutações possíveis”.

Essas novas realidades complexas estão em constante mutação. Antes do surgimento do Facebook,<sup>17</sup> Castells já havia acionado o botão de alerta, ao lembrar que é prematuro elaborar esquemas definitivos e conclusivos sobre as redes sociais. É um processo que, afinal, se encontra em andamento e que pode ser muito eficiente para a sociedade, embora sob determinados condicionantes. Castells cita de maneira positiva o ciberativismo, entendido por ele como um movimento natural quando se pretende alcançar um objetivo muito claro, como arrecadar assinaturas “virtuais”, apelando que governos revejam decisões contrárias aos direitos humanos. Isso acontece, segundo Castells (2005b, p. 277), porque, de alguma forma,

[...] assistimos na sociedade, fora da Internet, a uma crise das organizações tradicionais estruturadas, consolidadas, tipo os partidos, associações de orientação diretamente política [...]. Há na sociedade em geral um salto dos movimentos sociais organizados para os movimentos sociais em rede com base em coalizões que se constituem em torno de valores e projetos.

Para Dominique Wolton (2003), esse otimismo exacerbado sobre a internet, essa ideologia técnica apregoada pelos mcluhianos, desemboca, sobretudo na comunicação, numa ode à individualidade. Ao escolher o que queremos saber, a que horas precisamos saber (inclusive as notícias), ao filtrarmos o que julgamos importante, perdemos os parâmetros que nos uniam e a possibilidade de agir em conjunto. No entanto, os recentes protestos contra

---

<sup>17</sup> No momento de redação da tese, o Facebook tinha meio bilhão de conectados e era considerado um símbolo do capitalismo no novo século. A empresa é jovem, de 2004, mas já tem melhor valor de mercado do que a fabricante de carros General Motors, aberta em 1908. Do tempo dedicado pelos americanos à internet, as redes sociais ocupam hoje o primeiro lugar na preferência dos internautas. O site de buscas Google tem também maior valor de capital do que a gigante Time Warner (COSTA, 2010).

regimes autocráticos e opressivos pelo mundo, convocados através de redes sociais, ou mesmo a forma como os haitianos se utilizaram da internet após o terremoto de 2010, demonstram que essa suposta barbárie midiática propiciada pela rede mundial de computadores tem muitas contradições. É notório, retomando Bauman, que as aspirações de liberdade de ação foram esvaziadas pelo consumo do que é efêmero e dispensável, pela sociedade conectada, imediatista, descartável. O desencaixe entre o espaço e o tempo provocou uma reformulação estrutural nas ditas aldeias globais de McLuhan, com consequências mais complexas, ativando outros dispositivos rechaçados pelo discurso individualista.

Não se engane: agora, como antes – tanto no estágio leve e fluido da modernidade quanto no sólido e pesado – a individualização é uma fatalidade, não uma escolha. Na terra da liberdade individual de escolher, a opção de escapar à individualização e de se recusar a participar do jogo da individualização está decididamente fora da jogada (BAUMAN, 2001, p. 43).

Com as mudanças comportamentais vieram também as alterações no Jornalismo, agora situado num cenário na qual a rapidez e o envolvimento de diversos polos comunicacionais e extremos ideológicos passaram a ser imperadores na construção da mensagem, diversas vezes coletivas, instantâneas, móveis. O que antes era definido como real necessitava de uma materialização, uma condição espacial sólida, existencialmente provada por partículas que se combinavam, formando uma massa. A partir do ciberespaço, essa condição existencial passou a ser também virtual.

A definição mais clássica sobre o ciberespaço provém das ideias pioneiras de Pierre Lévy (1999). Levando em consideração os padrões evolutivos que a sociedade tem presenciado, Lévy (1999, p.92) ainda ajuda a compreender o que vem a ser esse espaço cibernético:

[...] O espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo.

Não é mais possível imaginar uma sociedade sem a aproximação permitida a partir do *ciberespaço*, que tem uma instantaneidade binária. Lorenzo Vilches (2003, p. 134) tira a seguinte conclusão:

[...] O ciberespaço não é apenas o território dos sonhos das tribos ciberpunks, nem se origina exclusivamente das tecnologias e da informática; trata-se, sim, de um novo espaço social de comunicação, que afeta a concepção do eu e do outro. Esse novo espaço de pensamento (o contexto da ubiqüidade informática) e a percepção da dimensão humana estão delimitados pelo discurso dos meios e pela coabitação com as novas formas, ou hiper-realidade.

A partir da web 2.0, definida pelo pesquisador Toni Cambra Gonzalez (2007) como um “esforço para objetivar linguisticamente uma tendência que estava começando a adquirir protagonismo na evolução da internet: a aparição e rápida consolidação de técnicas e um novo programa de definição social”, a sociedade transformou-se em algo mais materializado do que simplesmente a fonte de informação.

Com a gestação da web 2.0, os canais comunicacionais passaram a ser abertos ao público como um inesgotável repositório gratuito para milhões de imagens. A partir dessa arquitetura comunicacional, é possível que uma pessoa ou grupo tenha seu próprio canal de comunicação, um blog com um *layout* específico e uma oferta de conteúdo de acordo com seus interesses e necessidades. Esse novo espaço também fez nascer um novo modelo de visitantes virtuais, agora definidos como usuários ou participantes. O ambiente em rede apresenta a possibilidade de intervir nas discussões dos conteúdos, resultando na interatividade: através dela há uma participação intensa dos grupos de interessados, que acabam por reconduzir os debates.

No Jornalismo, surgiram repórteres envolvidos com produções pessoais e independentes. Blogueiros – sem as mediações de grupos midiáticos convencionais – podem publicar suas opiniões e receber comentários, sugestões e novas informações, retroalimentando outros canais. Dessa forma, desconsiderando o preparo possibilitado pela formação universitária no campo do Jornalismo e, obviamente, uma maior experiência no fazer jornalístico, os repórteres blogueiros em tese se igualam aos cidadãos repórteres conectados na blogosfera, disputando com eles a distribuição de notícias a partir de seus “veículos comunicacionais”.

Um importante espaço de distribuição da notícia está localizado nas redes sociais, especialmente o Facebook e o microblog Twitter, que oferecem diversos recursos. São espaços denominados por Augé (2007) como “não-lugares” e oferecem uma narrativa transmídia que, para Jenkins (2009, p. 384), é aquela capaz de transmitir

[...] histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo: uma abordagem mais integrada do desenvolvimento de uma

franquia do que os modelos baseados em textos originais e produtos acessórios.

Nesses espaços, a conexão social se potencializa, passando a ser instantaneamente acompanhada pelas redes de cidadãos interligados por interesses profissionais, pessoais, ou mesmo por uma convergência de amizades. As redes sociais possuem como características a customização do ambiente, seja no visual ou nas informações. A utilização de espaços para postar fotografias também é frequente, como se o ambiente virtual reproduzisse o aconchego da sala de visitas de uma casa, com os principais registros fotográficos nas estantes. Os recursos são multifuncionais: é possível publicar vídeos e dialogar com os amigos “virtuais”, ampliando ainda mais a sensação de reprodução de um lugar ao mesmo tempo real e virtual (AUGÉ, 2007).

Dan Gillmor (2004) foi muito mais longe em sua avaliação da blogosfera e das redes sociais na obra *We, the media*. No capítulo *The gates come down* (uma alusão aos veículos tradicionais), ele analisa o poder do “jornalismo cidadão”, prevendo sua absorção pelos veículos *mainstream*, a chamada mídia velha e tradicional. Acredita que o desinteresse pelos grandes meios provocou uma anarquia na blogosfera, que tem se firmado como uma força monumental. A partir da possibilidade de construir um endereço virtual na blogosfera, o usuário deixa de ser receptor e passa a ser emissor. O leitor, por sua vez, assume o papel de colaborador ou de coautor. É, portanto, um “detentor da mídia”.

Charlene Li e Josh Bernoff (2009, p. 10) classificaram a utilização dos meios alternativos ou não convencionais como um fenômeno *groundswell*, em outras palavras, “uma tendência social na qual as pessoas usam a tecnologia para obter o que desejam umas das outras, e não com instituições tradicionais como as corporações”. Essas inovações não serão passageiras e resultarão na colisão de três forças: pessoas, tecnologia e aspectos financeiros.

Neste novo ambiente comunicacional, tudo acontece de maneira mais veloz: exige-se do jornalista uma reação imediata para o desempenho de uma tarefa ampla. É um universo visto por Armand Mattelart (2005, p. 173) no qual os homens são “distribuídos entre lentos e rápidos”. Nas empresas midiáticas, como em todas as indústrias, busca-se produzir mais, num intervalo menor e, preferencialmente, com custos reduzidos (DOWBOR, 1999; SQUIRRA, 2007).

A transição de uma tecnologia para a outra também se dá num ritmo irrefreável e espantoso. David Perlmutter e John Hamilton (2007) lembram do impacto dessa revolução somente no âmbito da cobertura jornalística dos fatos internacionais. Em 2002, uma equipe de tevê americana precisou de 75 malas e caixas para guardar todos os equipamentos que dariam

conta das transmissões ao vivo do Afeganistão. Exatos 18 meses depois, quando os Estados Unidos invadiram o Iraque, um correspondente reservou apenas sete volumes para separar a parafernália necessária às mesmas transmissões. Em 1999, a CNN inaugurou o uso do videofone para mostrar aos americanos o drama dos turcos surpreendidos por um forte tremor. Em 2010, a mesma CNN, com transmissão gratuita via Skype, revelou a maior tragédia do Haiti, o terremoto que matou mais de 250 mil pessoas.

Ao telespectador mais jovem pareceria sem sentido uma frase eufórica do ex-correspondente da CNN, Peter Arnett. Em 1991, o repórter inaugurou um estilo de aparições diretas gabando-se de sua parafernália: “Se eu puser o microfone perto da janela, creio que vocês poderão ouvir as bombas de Bagdá”. Quinze anos depois da Guerra do Golfo, nos últimos instantes de 2006, um vídeo de 2 minutos e 38 segundos foi postado no YouTube mostrando detalhes da execução do ex-ditador Saddam Hussein. Peter Arnett não estava no prédio militar iraquiano. Foi a câmera de um carrasco xiita embutida num celular que instaurou a nova fase dos relatos transfronteiriços, caracterizada por Steven Livingstone (2007) como aquela sujeita ao “efeito Nokia”.

O “efeito Nokia” é resultado do cruzamento de outros dois dispositivos: a infinidade de equipamentos multifuncionais compactados e conectados à internet em banda larga e o aumento de canais a cabo servindo diferentes grupos linguísticos, culturais e econômicos que dão vazão a essas imagens, como as redes voltadas para o mundo árabe, a Al-Jazeera e Al-Manar. Seria, na perspectiva adotada por esta tese, uma reestruturação de dois processos identificados anteriormente como “efeito Al-Jazeera” (SEIB, 2008) e “efeito CNN” (COTTLE, 2009).<sup>18</sup>

Tomado por essa perspectiva, Livingstone (2007, p. 49-51) argumenta que as imagens amadoras, captadas por celulares anônimos e sem a qualidade normalmente requerida pelo *broadcast*, estão alterando a natureza do Jornalismo Internacional, gerando cinco consequências e mudanças diretas:

a) *os sensores de ubiquidade*: Se jornalistas profissionais não estão presentes no instante do desenrolar dos fatos, uma testemunha com uma câmara pequena ou instalada num celular poderá registrar a notícia. É o fenômeno definido como uma “transparência sistemática”. No terremoto do Haiti, por exemplo, com a rede telefônica cortada e o sistema

---

<sup>18</sup> Assuntos a serem retomados nos capítulos IV e V.

de eletricidade comprometido, a movimentação nas redes sociais se transformou na única forma de saber notícias sobre as vítimas e pedir socorro (PIERRE-PIERRE, 2010).<sup>19</sup>

b) *as alterações na apuração jornalística*: Uma avalanche de cenas descontextualizadas e violentas agora chega à redação, que se vê pressionada a decidir se exibirá as imagens antes consideradas abusivas (moral e eticamente).

c) *a dinâmica da rede de informação global*: Ligações formais e informais surgem neste contexto, pois a CNN pode referir-se a um vídeo da Al-Jazeera sem necessariamente estabelecer um contrato oficial com a emissora árabe. É aqui também manifesta a máxima de que “nada se perde, tudo se transforma”. Imagens amadoras são aproveitadas e somadas às imagens disponibilizadas nos *sites* e telejornais de grandes grupos midiáticos.

d) *as notícias episódicas*: Essa mudança é vista pelo autor como a mais importante e que necessita ser olhada com cuidado. A simples imagem de uma câmera de circuito interno de uma loja ou de um metrô pode transformar-se na principal notícia internacional do dia, pela viabilização da imagem, em geral, sem grande “valor” agregado à notícia, nos termos estabelecidos classicamente como “notícia” (GALTUNG; RUGE, 1970).

e) *a reação perspicaz*: Políticas públicas são estabelecidas à luz de fatos inesperados, demandando que governos e instituições se adaptem aos furos jornalísticos.

No que diz respeito às agências de notícias, os desdobramentos presentes na rede mundial de computadores são igualmente significativos. Quando se trata da natureza das fontes, por exemplo, as agências mesclam reações extremadas. Ao mesmo tempo em que reconhecem a importância de vozes “plurais” circulando na sociedade digital, as agências estão, de certa forma, encurraladas numa experiência que pode significar um empobrecimento de um de seus valores mais cultivados: a acuidade da informação. Aceitando as afirmações de Livingstone (2007) é possível reconhecer que o “efeito Nokia” emerge de par com uma série de incertezas.

Em janeiro de 2010, o telefone celular da Associated Press em Cabul, no Afeganistão, recebeu uma mensagem de texto da milícia talibã assumindo a responsabilidade por um atentado. Mais tarde, soube-se que o ataque havia sido de autoria de outro grupo radical dissidente. “É um dilema que enfrentamos todos os dias, principalmente com as imagens exibidas no YouTube”, disse-nos Tamer Fakahany. Desde o início de 2010, Fakahany

---

<sup>19</sup> Os atentados ao sistema de transporte público de Londres, o tsunami no Pacífico, a invasão ao Morro do Alemão, a enxurrada na região serrana no Rio de Janeiro e o atentado ao aeroporto de Moscou são alguns exemplos de imagens gravadas por aparelhos celulares que rodaram o mundo em função de seu ineditismo e de sua força, apesar da baixa qualidade audiovisual.

coordena o recém-criado centro nervoso da AP, em Nova York, idealizado justamente para gerir as diversas plataformas da agência, uniformizando enfoques e manchetes.

Na verdade, o *Nerve Center* foi pensado para enxergar as possíveis fragilidades e vulnerabilidades da cobertura. Para o jornalista, os protestos conduzidos pela oposição no Irã e espalhados pelas redes sociais são exemplo disso, já que várias organizações midiáticas não têm permissão para trabalhar naquele país:

Naquele episódio, tomamos muitas precauções. Era a primeira vez, desde que o país se tornou um regime fechado, desde a Revolução Islâmica, de 1979, que o mundo assistia a um movimento pedindo liberdade. Mas havia também quem dissesse que as imagens captadas pelo celular foram plantadas pela oposição. Qual a solução? Contratamos uma pessoa em Teerã e outra aqui em Nova York que conheciam todas as praças e locações onde as manifestações ocorreram. Sabíamos que os nossos clientes dependiam, no limite, do nosso aval. Se a gente reproduzisse algo que estava no YouTube ou no Twitter era uma espécie de cheque em branco, uma chancelaria nossa. O fato é que ainda estamos tentando entender as redes sociais e como nos relacionarmos com elas. Para tirar proveito delas e nos proteger também.<sup>20</sup>

Na sede da divisão audiovisual da AP, a APTN, em Londres, a preocupação é buscar imagens exclusivas antes que elas se espalhem pela *web*, como revela o diretor da APTN, Sandy MacIntyre:

Buscamos, cada vez mais, o vídeo-testemunha. Essa pessoa registrou o fato e, de certa forma, entrevistamos ela, só que sem o microfone e a voz dela. É essa pessoa que vai nos relatar o que viu (o que filmou). Deixaremos bem claro isso para os nossos clientes. Dez anos atrás, sequer usávamos imagens VHS. Agonizávamos quando recebíamos flagrantes das antigas câmeras amadoras. Hoje, isso mudou completamente. Temos gerações inteiras que se acostumaram com resoluções menores de imagem e telas pequenas. É pensando nisso que precisamos abrir mão de padrões estéticos ou técnicos em função do ineditismo da imagem, sem perder nossa maior vantagem diante desse mundo: a credibilidade.<sup>21</sup>

Na Reuters TV, a estratégia é semelhante, mas a agência estabeleceu regras mais severas para o uso de informações postas em circulação na internet, especialmente nas redes sociais e em portais como MySpace, Flickr, Vimeo, Orkut, Facebook e Twitter.<sup>22</sup> A respeito disso, Jeremy Smith, da Reuters TV, em Londres, tem uma opinião firme:

Sem dúvida, nós usamos muito mais material de terceiros e acreditamos, firmemente, no jornalismo colaborativo. No próprio YouTube, cinegrafistas da Reuters ensinam como fazer entrevistas e ângulos profissionais.<sup>23</sup> Todavia, nossa política de apuração é muito clara: se alguém liga dizendo que tem o vídeo de seis pessoas mortas por uma milícia, vamos às fontes

<sup>20</sup> Em entrevista à autora em 14 de abril de 2010, em Nova York.

<sup>21</sup> Em entrevista à autora em 26 de novembro de 2008, em Londres.

<sup>22</sup> Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/Reporting\\_from\\_the\\_internet](http://handbook.reuters.com/index.php/Reporting_from_the_internet)>.

<sup>23</sup> Jeremy Smith se refere-se ao <<http://www.youtube.com/user/reporterscenter#p/c/1B175D9C0278F69Cfe>>.

oficiais em busca de confirmação. Há algum tempo, chegou aqui uma imagem de gente escalando o palácio real em Londres. O vídeo na internet era fantástico. Eles passavam pelos guardas, escalavam tudo sem que ninguém os impedisse. Driblavam todos os impedimentos vergonhosamente. Na verdade, tratava-se de um vídeo-ficção que poderia ter gerado uma grave crise de segurança.<sup>24</sup>

As preocupações com ilações não oficiais retornam com mais intensidade à medida que se consolidam os nichos virtuais que se colocam como alternativos à esfera pública midiática tradicional. A morte de Michael Jackson foi divulgada primeiramente por um *site* de notícias de celebridade, o Thirty Mile Zone (TMZ), antes mesmo que qualquer agência de notícias tivesse tido a chance de confirmá-la. O TMZ obteve, com exclusividade, a primeira informação de que algo estava errado com o cantor. Uma fonte ligou para a redação do TMZ dando detalhes do que se passava. O TMZ apressou-se em postar a primeira informação, antes da CNN e dos jornais de Los Angeles. Vale lembrar que o TMZ e a CNN são duas empresas irmãs, subsidiárias da Time Warner, o maior conglomerado de mídia do planeta. No entanto, só o TMZ tem passe livre para disponibilizar dados não confirmados. O *site* tem até um link para que o internauta dê pistas para o repórter fuçar informações em sigilo.

Em se tratando da natureza de seus negócios, há adaptações a essa nova realidade midiática. Tanto a Reuters como a AP estão inseridas nas redes sociais, tendo um departamento exclusivo para observá-las, que, por sua vez, é integrado a outros segmentos multimídia, como relata a diretora de conteúdos da AP, Shazna Nessa:<sup>25</sup>

Está todo mundo falando ao mesmo tempo e é preciso pôr um pouco de ordem nesta desordem caótica dos meios. Precisamos aproveitar melhor os vídeos da APTN, por exemplo, que precisaram passar por um corte para poder caber na nossa rede de distribuição por satélite. O consumidor também mudou tanto que agora precisamos responder mais agressivamente e rapidamente. Ele quer notícia na hora que desejar. Mas, lembre-se, ele vai adorar ler no seu celular um blog sobre comida. Mas, quando quiser se informar sobre um atentado ou a paralisação dos aeroportos, seus dedos estarão nos rastreando.

Rastrear significa acessar os aplicativos já disponíveis diretamente para o consumidor, através da telefonia móvel, de graça. A partir do AP Mobile, a Associated Press oferece aos usuários do iPhone e do BlackBerry, entre outros *smartphones*<sup>26</sup>, a notícia em tempo real. Com isso, transforma-se em um veículo de varejo, passando a concorrer com seus clientes (Globo News, CNN e BBC), como se discutirá em capítulos posteriores. Além de oferecer

---

<sup>24</sup> Em entrevista à autora em 28 de novembro de 2008, em Londres.

<sup>25</sup> Em entrevista à autora, em 14 de abril de 2010.

<sup>26</sup> De acordo com o IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, o iPhone cresceu de 8.7 milhões de aparelhos no primeiro semestre de 2010 para 18.7 milhões de unidades no primeiro semestre de 2011. Disponível em: < [http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=IDC\\_P8397](http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=IDC_P8397)>. Acesso em 6 maio 2011.

informação por região e temas, o aplicativo da AP propõe o caminho inverso, ou seja, o envio de informações pelos usuários, que podem colaborar com texto, vídeo e/ou foto. São estratégias nas quais a narrativa existente se aproxima dos conceitos de transmídia, de Jenkins (2009), e participação midiática, de Gillmor (2005). Nas figuras a seguir encontram-se algumas das imagens dispostas pelos aplicativos da Associated Press.

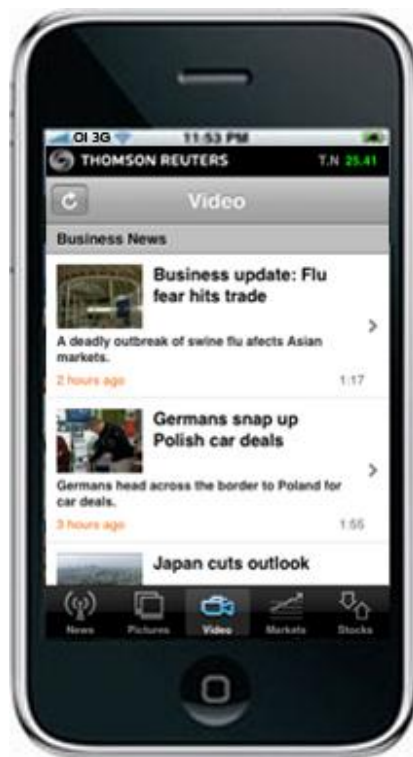


**Figura 02** Aplicativos da AP nos telefones inteligentes mais vendidos no mercado

A navegabilidade no iPhone é mais simples do que no BlackBerry, graças ao teclado touchscreen. Contudo, o conteúdo oferecido é o mesmo. No iPhone, a possibilidade de produzir vídeos é ainda maior, pois existem recursos de edição de imagens no próprio celular. Assim, torna-se mais rápida a produção do conteúdo emanado pela agência, que agora assume o papel de empresa em comunicação direta com o público e não somente com sua rede de clientes (portais e emissoras de rádio e televisão).

A Reuters também desenvolveu sistema similar, o Thomson Reuters News Pro, igualmente fornecido de modo gratuito aos usuários de telefones celulares com acesso à internet. A interface do Thomson Reuters News Pro diferencia-se da interface da AP, pois ainda não oferece a possibilidade de participação do internauta. No entanto, preserva o tipo de interface arbóreo, como sugere Manovich (2001): o conteúdo é distribuído de forma clara,

visualmente semelhante a uma árvore com galhos e ramos. Todos os produtos são irradiados por localidade, ou seja, podemos encontrar e filtrar somente notícias referentes ao Brasil.



**Figura 03:** Interface do aplicativo para celular da Reuters

É notório que as agências aqui estudadas estejam sintonizadas com as mudanças de plataformas e negócios a enfrentar neste milênio. Entrementes, parecem muito atentas a um valor importante agregado a seus produtos: a credibilidade afetada e confrontada de modo contínuo.

Tanto jornais como agências já foram vítimas de campanhas e difamações levianas, como a plantada por um grupo de judeus ortodoxos. Cinco pessoas criaram centenas de e-mails falsos para inundar uma das agências aqui estudadas com comentários denunciando supostos erros cometidos numa determinada notícia. O objetivo era desacreditar a agência diante de seus maiores clientes, acusando a mesma de apurar equivocadamente informações para favorecer palestinos. Por estratégia, as identidades falsas davam a entender que as mensagens provinham de leitores não sionistas, imparciais. Em razão disso, a agência se viu obrigada a perder um enorme tempo tentando detectar possíveis falhas de prospecção de dados que jamais se configuraram.

Exatamente por discordar desse “mar interminável” de conjecturas infundadas e boatos, o ex-empresário do Vale do Silício Andrew Keen (2009) acusa as redes sociais e o

“jornalismo cidadão” de destruírem a mídia convencional. Na sua visão radical, assiste-se hoje ao culto do amador, que coloca em risco os valores da sociedade, distorce fatos, enfim, transforma os ruídos em atos irresponsáveis e análises fofas, desprovidas de comprometimento. Os 500 milhões de blogs que Keen imagina existir em 2010 não fazem um jornalismo investigativo e incentivam julgamentos não ponderados da extrema esquerda ou direita, feitos por indivíduos que desconhecem regras básicas do jogo democrático.

Nesse contexto pessimista desenhado por Keen, a blogosfera estaria majoritariamente habitada por seres que não têm conhecimento de culturas locais, que usam ferramentas como o Google Tradutor para acompanhar jornais com idiomas diferentes e se abastecem ilegalmente da maior parte das notícias que vêm de jornais ou da TV: ou seja, os empregadores com obrigações sociais e jurídicas. Em outras palavras, os blogueiros se apropriam indevidamente dos assuntos cobertos pela mídia tradicional.<sup>27</sup> A própria Associated Press deve criar, em 2011, um departamento voltado para controlar *sites* e jornais que usam suas notícias sem permissão, uma espécie de direito autoral jornalístico. Será um tipo de câmara de compensação similar ao brasileiro Ecad, já que, segundo o presidente da AP, “chegou-se num momento do agora ou nunca” (AP..., 2010).

Em sua mais recente revisão do conceito de jornalismo participativo/cidadão, Gillmor (2010) não esconde suas preocupações exatamente inversas às de Andrew Keen, especialmente no que diz respeito ao aproveitamento das organizações midiáticas sobre o conteúdo disparado pelos leitores. Segundo o jornalista americano, na certeza de que terão algo rápido e fácil a distribuir para os clientes, emissoras globais como a CNN estão estimulando cidadãos a correrem riscos, enfrentando passeatas e situações dramáticas, sem que haja uma contrapartida financeira e esforço de apuração.<sup>28</sup> Para Gillmor, o modelo de negócio ideal na era da internet engatinha ao mesmo tempo em que se vive uma exaustão cognitiva diante de uma avalanche informacional.

À medida que incorporamos ou descartamos ferramentas, à medida que lidamos com essa espécie de “ressaca” cognitiva pós-web 2.0, o atual estado da arte midiática se arremessa de encontro a essas duas visões acima. As notícias “sem lar”, nômades, necessariamente não ocuparam o lugar dos veículos tradicionais. É infundada também qualquer assertiva muito

---

<sup>27</sup> O instituto americano Pew Research diz que 80% dos conteúdos da blogosfera nos Estados Unidos são originários da BBC, CNN, *The New York Times* e *The Washington Post* (FOLHA DE S. PAULO..., 2010). Cf. <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me2505201012.htm>>. Acesso em: 25 maio 2010.

<sup>28</sup> A afirmação é contraditória. Funcionários de grupos midiáticos também correm riscos. Durante os protestos no mundo árabe, foram registradas 140 agressões a repórteres (inclusive brasileiros), como os da CNN e ABC. No caso mais grave, a repórter Lara Logan, da CBS, foi estuprada e espancada no Egito, quando cobria a queda do ditador Hosni Mubarak.

fechada de que a mídia velha é imune aos turbulentos caminhos abertos pela internet. O americano *Huffington Post* (HP) é o que mais cresce na internet. Criado em 2005, apesar de inúmeras críticas e muita descrença, já reúne colaborações de 6.000 blogueiros e tem mais acesso do que a versão *online* dos veículos tradicionais como *The Washington Post* e *Los Angeles Times*. No momento final de redação desta tese, o HP, formado por colunistas e intelectuais progressistas americanos em resposta ao conservadorismo da doutrina Bush, acabava de ser adquirido por US\$ 315 milhões pelo provedor gigante da internet AOL Inc., que, por sua vez, deixou de ser uma empresa do megaconglomerado Time Warner, numa operação considerada o maior fiasco da era das fusões nos chamados segmentos “ponto com”.

Essa hibridização de mídias está representada nas coberturas recentes dos protestos pró-democracia na Tunísia, no Egito e no Irã. O ativista Roozbeh Mirebrahimi afirmou que, sem os grandes veículos, como a CNN e as agências internacionais de notícias, não será possível mudar regimes fechados, como o dos aiatolás. O iraniano exilado em Nova York disse ao jornal *Folha de S. Paulo* ser ingênuo acreditar em uma revolução mediada apenas por um portal de mensagens breves, como o Twitter. No entanto, ele ressalta sua crença no ciberativismo, evidenciando a tática dos blogueiros iranianos de driblar a censura e os filtros estatais, conseguindo conectar-se a servidores externos a Teerã (LORES, 2009).

Entre novembro e dezembro de 2010, a organização WikiLeaks, que já havia aberto arquivos secretos das guerras do Iraque e Afeganistão, fez um acordo com quatro jornais e uma revista de grande prestígio mundial<sup>29</sup> para divulgar, em primeira mão, centenas de documentos sigilosos na íntegra. Milhares de telegramas vazados pelo Wikileaks não apenas constrangeram os Estados Unidos, mas, sobretudo, sacudiram a frágil política externa de vários países, inclusive a do Brasil. Foi, nas palavras do ministro de Relações Exteriores da Itália, Franco Frattini, o “11 de Setembro” da diplomacia americana. Esse atentado às estruturas de poder jamais teria ocorrido em tempos enrijecidos da comunicação internacional, sugerindo o afloramento de um fenômeno que Roger Fidler (1997) chama de mediamorfosis: a inter-relação simbiótica das novas com as velhas mídias, a adaptação evolutiva de um processo complexo.

Todavia, como sugere Carlos Eduardo Lins da Silva (2011), não há uma “revolução” movida isoladamente pelo WikiLeaks. Não foram os relatos de diplomatas gozando de líderes e expondo cicatrizes que derrubaram ditaduras, mas o escancarado do abismo social de seus países, com recorde de desemprego. Ainda que convocados pelas redes sociais, os protestos

---

<sup>29</sup> São eles: El País, Der Spiegel, Le Monde, The Guardian e The New York Times. No Brasil, os direitos foram estendidos ao jornal *Folha de S. Paulo*.

foram movidos por ativistas famintos que nasceram sob regimes opressivos. Jovens foram às ruas depois dos fatos que funcionaram como fagulhas explosivas de uma sociedade sucumbida à pobreza, como o feirante tunisiano que ateou fogo no próprio corpo depois de se recusar a pagar propina a policiais.

A extinção das mídias tradicionais e o futuro do jornalismo investigativo são debates ricos e amplos, mas que fogem ao problema central de pesquisa. O objetivo aqui foi brevemente ressaltar os sentidos de mediação e legitimação (THOMPSON, 1998) que as agências de notícias continuam desempenhando, especialmente num contexto de ambientes abertos e descentralizados da internet.<sup>30</sup>

## **1.2 Pensando as agências à luz da Economia Política da Comunicação**

É esperado que a notícia seja alvo constante de observação e estudos das mais variadas áreas de pesquisa. Da Filosofia à Linguística, passando pela Ciência Política e Economia, cada escola, à sua maneira, arrola os enquadramentos que toma como necessários para entender a massa noticiosa. Tsan-Kuo Chang (2010), um professor chinês desconhecido nas escolas de comunicação do Brasil, resume um dos caminhos de abordagem que esta tese defende: é preciso evitar cair numa bipolaridade teórica para pensar as mídias atuais, isto é, é necessário abrir um caminho alternativo para analisar as empresas hegemônicas, aceitando visões híbridas que coexistem, apesar de parecerem diametralmente opostas.

Sendo testemunha das próprias contradições que vivencia numa China em ebulição, o professor da Universidade de Hong Kong acredita que não há como adotar abordagens e premissas que reivindicavam um estatuto próprio, num determinado momento histórico, quando a internet ainda não havia se transformado no que Castells (2005b, p. 255) rotula como o “tecido” de nossas vidas. Teorias têm ciclos de vida e enfrentam uma crise de ajustamento às realidades em constante mutação.

No entanto, outra constatação desponta fortemente na anatomia atual das agências de notícias: a troca continua desigual na irrigação dos conteúdos informacionais. “Ciberimperialismo” e “neoimperialismo” podem ser novos nomes para a tese mais ampla do imperialismo cultural, formulada num mundo até então dividido por dois grandes embates ideológicos e, claro, pela mídia analógica. A teoria do imperialismo cultural, postulada principalmente pelo americano Herbert Schiller nos anos 1960, via a penetração de produtos

---

<sup>30</sup> Examinam-se esses papéis nos próximos capítulos.

mediáticos como um sintoma de um processo intangível, irreversível e corrosivo de dominação, e o consumidor (leitor/telespectador) era visto como um agente passivo.

Oficialmente, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) define agência como uma empresa que

tem principalmente por objeto, qualquer que seja a sua forma jurídica, obter notícias e documentação de atualidades, que sirvam para exprimir ou representar os fatos, distribuindo-os a um conjunto de empresas da informação, e excepcionalmente, as particulares mediante o pagamento de determinada importância, de acordo com as leis e usos comerciais, sempre à base de um serviço o mais completo e imparcial possível (BARBOSA; RABAÇA, 1993, p. 22).

Schiller (1991) revisitou suas teorias e, assim como Tunstall (2008), reconheceu contrafluxos culturais hegemônicos, como o Brasil, que exporta suas novelas para o mundo. Embora não faça referência diretamente às agências e critique particularmente a Time-Warner, dona desde parques temáticos a editoras, Schiller se recusou a ver esses gigantes midiáticos simplesmente como empresas desprovidas de um agendamento político-econômico.

Antes de fazer a retrospectiva das implicações nocivas do monopólio das agências, é importante vincular este trabalho ao conceito de hegemonia e dominação do pensador italiano Antônio Gramsci (1989). Para ele, a dominação visa a uma imposição exterior de uma classe sobre as demais, ao mesmo tempo em que as classes subalternas reconhecem como seus os interesses da classe dominante, reproduzindo os valores e as estruturas de um centro dominante. O esquema teórico marxista de Gramsci permite entender como os jornalistas e intelectuais podem ser “comissários do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social” propagando consensos (GRAMSCI, 1989, p. 10-11). Em outro texto, Gramsci (2002, p. 48) resume o significado do termo “hegemonia” na ótica das corporações globais:

[...] A hegemonia pressupõe indubitavelmente que sejam levados em conta os interesses e as tendências dos grupos sóbrios aos quais a hegemonia será exercida, que se forme um certo equilíbrio de compromisso, isto é, que o grupo dirigente faça sacrifícios de ordem econômico-corporativa; mas também é indubitável que tais sacrifícios e tal compromisso não podem envolver o essencial, dado que, se a hegemonia é ético-política, não pode deixar de ser também econômica, não pode deixar de ter seu fundamento na função decisiva que o grupo dirigente exerce no núcleo decisivo da atividade econômica.

Não é objetivo desta tese se estender na discussão sobre o conjunto de práticas hegemônicas entendidas pelo olhar gramsciano ou mesmo apontar suas nuances e

contestações. A definição interessa aqui porque o termo é comumente usado para descrever a mídia tradicional, hegemônica, grupo que as agências integram e ajudam a consolidar.

A Economia Política da Comunicação é uma ampla linha de análise dentro de uma perspectiva teórica circunscrita ao marxismo que analisa como a prioridade, as formas de financiamento e as políticas de governo impactam na produção de um bem simbólico. Dentro desse viés, a Economia Política da Comunicação é a referência de abordagem para desenvolver a hipótese desta pesquisa, de que os interesses econômicos e políticos das agências internacionais determinam ou influenciam a notícia que elas fabricam.

Vincent Mosco (1996) assinala que o grande número de acadêmicos ajuntados numa linha de pesquisa não necessariamente significa que todos eles comunguem das mesmas convicções ou mesmo confluem nas mesmas questões teóricas. Todavia, apesar de fragmentada e de reunir diversas filiações, como um grande tronco de uma árvore com centenas de ramos, há uma vertente que se ocupa com uma maior democratização dos meios de comunicação.

É o caso da Economia Política Crítica da Comunicação, que normalmente reúne em seu guarda-chuva um grupo de pensadores engajados na luta por um fluxo comunicacional mais democrático. Para Virgínia Fonseca (2005, p. 75), a Economia Política, “ao exercer a crítica internamente ao paradigma a que está circunscrita, o fará através de algumas rupturas com as teses clássicas do marxismo, como, por exemplo, a de que o capitalismo seria, por natureza, revolucionário”.

Graham Murdock e Peter Golding (1973) são dois nomes que representam bem o propósito de um espírito crítico em relação à comunicação. Eles desenvolveram, há trinta anos, na Grã-Bretanha, uma série de estudos críticos sobre propriedade e concentração das organizações midiáticas. Os dois autores argumentaram que, se por um lado a tecnologia havia permitido conquistas inéditas, por outro, o novo limiar informacional repetia o mesmo ciclo de concentração dos anos anteriores. Empresas começavam em pequena escala e logo depois eram absorvidas por grandes grupos e se tornavam gigantes. As dimensões da concentração eram manifestadas pela integração, pela diversificação de produtos e pela internacionalização do capital e dos serviços.

Os pesquisadores ressaltaram a preocupação com as agências que negociavam os “filmes” que seriam vendidos às emissoras do mundo inteiro pelas únicas empresas criadas na época, a então Visnews e UPITN. Para eles, o tráfego internacional representava “a parte mais importante da exportação do material cultural dos países desenvolvidos para o Terceiro Mundo, e era uma versão ainda mais concentrada do fluxo de mão única das agências de

notícias” (MURDOCK; GOLDING, 1973, p. 222-223).<sup>31</sup>

Mosco chama a atenção para o fato de que os estudos ligados à Economia Política da Comunicação, especialmente da vertente crítica, cresceram em resposta “à expansão do Estado como produtor, consumidor, e regulador da Comunicação” (MOSCO, 1996, p. 75).<sup>32</sup> Num texto mais recente sobre as novas abordagens e objetos de pesquisa tratados sob essa perspectiva, Mosco (2008) lembra que os acadêmicos da Economia Política Crítica da Comunicação continuam se ocupando em demonstrar que as mídias trabalham agora em diversas plataformas, detendo a propriedade de vários veículos na mídia física ou digital.

Em verbete sobre a Economia Política da Comunicação, Suzy dos Santos (2009) esclarece o que é a tradição da pesquisa, que acabou agregando vários subcampos analíticos, como o feminismo, a mercantilização, a conglomerização midiática, a transnacionalização e os padrões de propriedade. Sônia Serra (2007, p. 68) oferece uma colaboração importante para mostrar o potencial dessa corrente teórica como uma abordagem válida para os estudos das notícias: “Essa linha de pesquisa caracteriza-se por focalizar fatores estruturais e processos de trabalho na produção, distribuição e consumo de comunicação [...]. A produção de notícia aqui é principalmente explicada pela sua relação com a estrutura de poder na sociedade capitalista”.

Edward Herman e Noam Chomsky (2003), também integrantes do imenso referencial da Economia Política, acreditam que a influência política e da propriedade das mídias é maior do que se imagina na cobertura de eventos, gerando, propositadamente, omissões e privilégios no noticiário. Em *Manufacturing consent: the political economy of mass media*, os dois professores americanos mapearam as notícias internacionais nos Estados Unidos para argumentar que havia uma série de pessoas, temas e nações excluídos propositadamente na imprensa americana.

À luz do modelo de propaganda desenvolvido pelos autores, não é de estranhar que, nas três primeiras semanas da invasão ao Iraque, em 2003, 70% dos telejornais das principais redes americanas tenham trazido reportagens que justificavam a guerra (McCHESNEY, 2008). Em 1991, na primeira Guerra do Golfo, material bruto obtido com exclusividade pela *Columbia Journalism Review* mostrou que reportagens sem cortes feitas pela então agência telejornalística World Television News (WTN) jamais foram distribuídas por exigência de

---

<sup>31</sup> “[...] The two dominant news film agencies, Visnews and UPITN, are British-based (the latter being half American). The international traffic in newsfilm (and in a visual medium this dominates news selection) is a major part of the export of cultural material from the developed countries to the Third World, and is a more concentrated version of a similar one-way flow through the news agencies.”

<sup>32</sup> “The political economy studies grew in response of the expansion of the state as a producer, consumer and regulator of communication”.

grandes emissoras ocidentais (PILGER, 1999)

Para Armand e Michelle Mattelart (2003), a Economia Política da Comunicação esteve sempre sintonizada com os momentos históricos e, claro, vem acumulando novas preocupações. Se hoje seus acadêmicos filiados compartilham da convicção de que as concentrações monopólicas midiáticas não são apenas meros obstáculos indigestos à democracia, no passado eles estavam muito mais atentos à necessidade de desintegrar modelos verticais informativos.

A primeira geração da pesquisa, ou, literalmente, a “primeira onda”, escreve Mosco (1996, p. 75), veio com a leva de pesquisadores com vastos interesses que se juntaram aos estudos que apontaram o desequilíbrio noticioso entre os países pobres e ricos. Foi exatamente nesse período que as agências começaram a ser enquadradas no amplo plano comunicacional conhecido como a Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação (Nomic).

### **1.3 Agências como emissárias de uma dominação global?**

A Nomic se transformou no mais importante debate sobre o fluxo internacional de notícias, mediado principalmente pela UNESCO, entre os anos 1970 e 1980 (FADUL, 1998; MARQUES DE MELO, 2008; PATERSON; SREBERNY, 2004). No cerne das mudanças postuladas pelo projeto da Nomic, estava forçar a indução de uma simetria no desequilibrado fluxo informacional, do centro para a periferia.

Maria José Baldessar (2006) comenta que, na época, a discussão teórica da comunicação internacional praticamente se confundiu com a coalizão de forças que avançavam em busca de uma comunicação “horizontal” democrática para o desenvolvimento. Essas forças se mobilizavam em torno dos estudos conduzidos por pesquisadores latino-americanos, que traziam respostas críticas às teorias modernizantes, nas quais a mídia era indispensável para a construção de uma economia de mercado e para o processo de expansão nos países subdesenvolvidos. A interpretação da comunicação no contexto da América Latina (envolta por ditaduras militares apoiadas pelos Estados Unidos) caminhava em direção oposta: a política desenvolvimentista de baixo para cima estimulava a dependência do subdesenvolvimento e era, essencialmente, antidemocrática.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> O Instituto Latino-Americano de Estudos Transnacionais (Ilet), fundado em 1976, no México, foi um dos berços do que viria a ser o pensamento comunicacional latino-americano, reunindo uma série de estudos para documentar as consequências negativas das políticas modernizantes na região. O Ilet abrigava os exilados

Armand e Michelle Mattelart (2003) dizem que a perspectiva vanguardista da América Latina produziu iniciativas inspiradoras, que exerceram grande influência em todo o continente, especialmente depois da publicação da obra *Pedagogia do oprimido*, do educador pernambucano Paulo Freire, lançando estratégias genuínas para uma comunicação popular das massas oprimidas e subalternas. Na época, os países do Norte, ricos e industrializados, detinham não apenas o monopólio de distribuição de mercadorias, como também os recursos necessários para a difusão de notícias e produtos culturais através das corporações transnacionais. Os termos desse intercâmbio costumavam favorecer economias mais avançadas e o comércio de notícias internacionais era percebido de modo controvertido, negativo.

A Nomic foi também severamente influenciada pela teoria do imperialismo cultural, que entendia os sistemas de comunicação (personificados nas corporações transnacionais) como inextricavelmente entrelaçados com o exercício dos poderes econômico, político e militar, ameaçando destruir as culturas locais menos desenvolvidas no processo de aculturação. Em paralelo, a doutrina do Livre Fluxo da Informação<sup>34</sup> – aprovada em 1948 com apoio da ONU – havia reconhecido o direito das agências de selecionar e distribuir mundialmente aquilo que julgassem ser um acontecimento de relevância, enquanto a maioria dos países se encontrava num vácuo que os impedia de exercer alguma reciprocidade ou influência nesse fluxo de informação (BOYD-BARRETT; RANTANEN, 1998).

Herbert Schiller (1981) arquitetou e decodificou a estrutura do fluxo apontando-o como uma extensão do novo colonialismo norte-americano, ocupando o legado deixado pelo declínio do império europeu no pós-guerra. Thompson (1998) acredita que os pressupostos de Schiller falharam e que a tese da dependência cultural se tornou insatisfatória e ultrapassada como resposta às teorias modernizantes. O autor reconhece o mérito de Schiller em tentar problematizar sistematicamente a globalização da comunicação, embora seja irredutível na constatação de seu fracasso por não observar contrafluxos, não olhar a recepção e apropriação dos produtos culturais em cada país, não perceber que a hegemonia americana se dissolveu à medida que a economia global e a comunicação se tornaram multipolares, inclusive incorporando “mini-impérios culturais”, como a Índia e o Brasil (COTTLE, 2009; TUNSTALL, 2008).

---

chilenos Juan Somavia e Fernando Reyes Matta, que produziram textos críticos e inventariantes sobre o papel das agências de notícias. Vale salientar também o papel do poeta e escritor boliviano Luiz Ramiro Beltran, que, nas palavras de José Marques de Melo (2003, p. 361), é não apenas um dos maiores representantes desta escola, mas aquele que “se preocupou em identificar as matrizes forâneas das pesquisas realizadas por comunicólogos na América Latina”.

<sup>34</sup> Doutrina em resposta aos “Tratados de Agências”, estabelecidos desde o século 19 (SALINAS, 1984).

Aqui não cabe provocar um debate maior sobre as contradições da extensa denúncia de Schiller ou circundar as razões que culminaram na edificação e no esvaziamento da Nomic, como os detalhes acordados em torno da assistência financeira para reformulação e modernização do capital tecnológico. Nessa direção, concorda-se com o professor José Marques de Melo (2008, p. 50): revisitar o movimento torna-se um desafio na era digital, principalmente porque a Nomic embutiu discursos de controle nos meios de comunicação e políticas estatizantes num mundo pós-Guerra Fria e marcado pela desintegração do Terceiro Mundo, embora “muitas tarefas continuam pendentes, esquecidas, inacabadas, mas também que outras caducaram, envelheceram, perderam o sentido”.<sup>35</sup> As agências noticiosas das potências ocidentais, a rigor independentes dos Estados e oficialmente excluídas do poder regulador, representavam uma mídia imbuída de pretensões imperialistas muitas vezes turvas, mas capazes de espalhar pelo mundo as sementes doutrinárias ideológicas do capitalismo. Eram, afinal, operadas e controladas sob a égide de grupos empresariais privados ou estatais do Ocidente, e buscavam “colonizar o espaço comunicacional” (BOYD-BARRETT, 1998, p. 163).

No tocante ao fluxo de notícias, a campanha que mobilizou líderes do ex-Terceiro Mundo era clara. O eixo Sul do planeta não apenas se ressentia por estar à margem da indústria da informação – excluído da produção de *hardwares* e *softwares*, concentrada nas mãos dos países ricos do Ocidente – como também só sabia dos acontecimentos de sua própria região por meio de pontos de vista contaminados, elaborados e sistematizados nos escritórios de notícias instalados no eixo Norte, ou seja, em Londres, Nova York e Paris.

Ao ressaltar a pertinência da Nomic, Reeves (1993) lembra que as nações em desenvolvimento sempre foram relegadas no noticiário, recebendo atenção pífia, superficial e tendenciosa. Quando apareciam no telejornal ou no despacho telegráfico das agências, os países subdesenvolvidos eram comumente associados ao terror, ao tribalismo, à fome, à guerra. A dieta publicada no cardápio das editorias internacionais era “rala”, calcada no “horror” de atores excluídos: lixos humanos desprovidos de força intelectual e política. Jornais dos países desenvolvidos davam ênfase a eventos dramáticos e bizarros, replicando uma inadequada realidade dos países terceiro-mundistas ou em desenvolvimento, como admitiu o ex-correspondente da AP Mort Roseblum (1981).

---

<sup>35</sup> Neste texto, José Marques de Melo reexamina a importância da Nomic e sistematiza o que considera ter sido o fracasso da campanha, tanto nas esferas acadêmica e jornalística como na diplomática, procurando pontuar o episódio emblemático à luz do pensamento latino-americano. Para uma reavaliação da Nomic, veja o clássico do venezuelano Eleazar Díaz Rangel, *Pueblos subinformados: las agencias de noticias y América Latina*, publicado em 1967. Rangel continua produzindo artigos sobre imperialismo midiático. Cf. <<http://www.aporrea.org/autores/diazrangel/>>. Acesso em: 20 ago. 2009.

Além da escolha do “excepcional” e “grotesco”, os debates em torno da Nomic criticavam a ação dos seus principais mediadores: jornalistas que trabalhavam para “corporações” cujos interesses estavam ligados aos governos e às empresas onde as agências se localizavam. As agências gigantes eclipsavam as mais de 120 similares da época (referentes à mão de obra, instalação e tecnologia) e personificavam o domínio do Ocidente sobre o jornalismo e a cultura mundial, assumindo nuances neocolonizadoras e manipuladoras (HARRIS, 1981; MESSING, 1980).

Considerava-se como um quadro desconcertante o fato de a informação que circulava no mundo ser marcada pelo interesse ocidental e, mais especialmente, anglo-americano. Quase toda informação disseminada na mídia sobre outros países era descrita como “filtrada e emanada” pelo “cartel” de agências europeias e americanas: AFP, Reuters, AP e UPI. Juntas, essas quatro empresas podiam chegar a controlar mais de 80% das notícias coletadas, processadas, publicadas e exibidas para bilhões de pessoas (HAMELINK, 1990).<sup>36</sup> Na prática, apenas três países (França, EUA e Grã-Bretanha) nutriam as editorias internacionais do globo.<sup>37</sup> O fluxo livre e desigual acabou reforçando as assimetrias entre os eixos Norte, abastado, e Sul, destituído e imerso em bolsões de pobreza e analfabetismo. Enquanto os países ricos produziam, exportavam e consumiam informação, as nações pobres dependiam cada vez mais dos países ricos no acesso à informação.

A principal leitura crítica do noticiário internacional apontava um aspecto consensual: no mundo globalizado, onde a tecnologia permitiria um maior contato com várias culturas e encurtaria distâncias, a invisibilidade da maioria das nações continuara, e os critérios de noticiabilidade persistiam baseados, consciente ou inconscientemente, nos interesses políticos e econômicos dos países de onde emanava o fluxo informacional (SALINAS, 1984). Só entre 1970 e 1986, pelo menos 150 artigos examinaram o conteúdo desse fluxo (TSANG *et al.*, 1988), incluindo o primeiro grande estudo envolvendo pesquisadores de vários países, patrocinado pela UNESCO.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Como foi dito nesta introdução, no último Congresso Mundial das Agências de Notícias estimou-se que dois terços da informação mundial são ainda produzidos pelas agências.

<sup>37</sup> Em 1974, a UNESCO divulgou o que foi considerado o ponto de partida para uma série de estudos sobre distorções informacionais. Karl Nordstrem e Tapio Varis (apud FADUL, 1998) observaram o fluxo de programas de televisão em 57 países, constatando uma onipresença gestada em produções norte-americanas. No ano seguinte, a própria UNESCO revelou que as agências de atuação nacional e internacional estavam presentes em 90 países. 25 nações com mais de 1 milhão de habitantes não possuíam nenhum tipo de organização de coleta de notícias, mesmo estatal (SHRISVASTAVA, 2007).

<sup>38</sup> Como muitos são redundantes, mas ao mesmo tempo autônomos, seria impossível descrevê-los aqui. Recomendamos, portanto, alguns trabalhos marcantes das décadas de 1980 e 1990 (ADAMS, 1982; GERBNER; MARVANI, 1981; HARRISON, 1986; HESS, 1996; HESTER, 1978). Robert Stevenson (1995) desenvolveu um

Embora de cunho por vezes positivista, ao restringir a análise a categorias, tópicos, regiões e países, de um modo geral, as pesquisas demandavam um novo modelo para que notícias internacionais pudessem fluir de modo mais recíproco e os enquadramentos fossem menos hostis aos escassos atores do Sul que entravam em cena no noticiário. No caso da análise encomendada pela UNESCO e coordenado pela Universidade de Leicester, na Grã-Bretanha, concluiu-se que jornais e emissoras de rádio e televisão utilizavam até 50% do material fornecido pelas agências. Depois de averiguar 29 veículos de comunicação nos dois eixos, Annabelle Sreberny-Mohammadi (1990) acrescentou alguns dados importantes: política internacional e figuras políticas dominavam até 60% da agenda dos veículos; e a Europa Ocidental e os Estados Unidos permaneciam no topo das localidades citadas. Na outra ponta do processo, as nações do eixo-Sul – que poderiam projetar um caminho alternativo à seleção e publicação de material – mantinham padrões e critérios similares de noticiabilidade. No ranking dos meios de comunicação da África, a América Latina ocupava o último lugar e vice-versa. No caso da América Latina, esses padrões eram ainda mais severos, diante da avassaladora hegemonia das empresas estritamente comerciais, alertou Fernando Reyes Matta (1980).<sup>39</sup>

Os protagonistas do projeto Nomic – reunidos em uma série de convocatórias do Movimento dos Países Não-Alinhados, especialmente entre 1973 e 1976, na África – suscitavam demandas urgentes à perpetuação dessas diferenças, que tinham sérias implicações para os países do Sul. Com o desmantelamento do sistema colonial e o pacto social do pós-guerra, criara-se um modelo de dependência abismal das nações mais ricas, estratégia do Ocidente para conter os avanços trazidos com a descolonização, no auge da Guerra Fria. Líderes africanos, como o ministro da Informação da Tunísia, Mustapha Masmoudi, não apenas criticavam de maneira direta a excessiva comoditização das notícias pelas organizações privadas transnacionais – que as deixava vulneráveis às regras comerciais do mercado – mas, sobretudo, acusavam as agências de impor seu agendamento político aos países pobres (THUSSU, 2006).

O chamado da Nomic acabou assumindo um papel mais amplo e propôs saídas utópicas para o impasse ideológico-econômico-cultural, no limiar do esfacelamento do regime soviético. Coube ao ex-Terceiro Mundo enfrentar formalmente a desigualdade econômica

---

segundo estudo em escala global, envolvendo 40 países, para investigar, entre outras proposições, o mapa de visibilidade de algumas regiões no noticiário, bem como quem fornecia o material “bruto” para os mesmos.

<sup>39</sup> Na década seguinte, Gláucio Soares (2004) analisou as notícias publicadas entre 1990 e 1994 em três jornais de circulação no Brasil, demonstrando que, apesar da maior presença dos países latino-americanos com a consolidação do Mercosul, “[...] Jamaica, Trindade e Guiana Francesa eram irrelevantes na imprensa brasileira”.

planetária, vista como herança do imperialismo e caracterizada por uma comunicação vertical e opressora, que aumentava a deficiência cognitiva no mundo. Em 1980, uma comissão internacional da ONU presidida por Sean McBride divulgou o documento seminal *Um mundo e muitas vozes* (UNESCO, 1983), relatório traduzido em seis idiomas que, pela primeira vez, trouxe para a arena efetivamente global os desequilíbrios comunicacionais transfronteiriços. A comissão por si só refletia um caleidoscópio simbólico para quebrar barreiras e estudar formas de combate à desigualdade informacional entre os “dois” mundos, reunindo 16 representantes de regiões díspares, como Egito, França, Chile, Índia, Japão e Estados Unidos. Incluía também vozes não associadas com a política “formal”, como o escritor colombiano Gabriel García Márquez, além de Juan Somavia<sup>40</sup>, figura-chave do pensamento comunicacional latino-americano, germinado no ápice da oposição às teorias modernizadoras.

A comissão havia trabalhado em quatro frentes para concretizar seu diagnóstico situacional: o estatuto atual da comunicação; os problemas em torno do fluxo desproporcional de informação; a inserção da Nomic em uma Nova Ordem Econômica; e a mudança da mídia de forma a assumir contornos mais educativos, tornando-se um meio para alertar a opinião pública sobre os problemas mundiais. O relatório, originalmente com 82 recomendações e com duras críticas aos conglomerados de mídia, foi apresentado em Belgrado, na Vigésima Primeira Assembleia Geral da UNESCO, que aprovou formalmente a Nomic com 11 resoluções básicas, inclusive recomendando o fim dos monopólios e das concentrações midiáticas (UNESCO, 1983). No entanto,

os planos na Nova Ordem entraram em certos detalhes sobre a distribuição equitativa do espectro eletromagnético e a regulamentação de uso dos satélites, algo que é considerado um novo direito internacional de se comunicar. Esperava-se baixar as tarifas de telecomunicações especialmente para as nações em desenvolvimento. O plano também previa o desenvolvimento técnico para evitar que os satélites enviassem seus sinais para além das fronteiras nacionais, e também barrar outras formas de violação da herança cultural de outros países, difundindo certas informações e diversões indevidas entre suas populações. Se isso tivesse ocorrido, a CNN nunca teria saído do papel (SOUZA, 2005, p. 44).

Num cenário que já apontava para a desregulamentação da comunicação, a concentração de oligopólios empresariais na esfera midiática e o surgimento de novos barões de clubes privados de informação telejornalística, como Ted Turner, da CNN, a Nomic não encontrou ressonância nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, onde a contraofensiva conservadora neoliberal de Reagan-Thatcher instituía o combate ao controle estatal e restaurava fortes alianças com o capitalismo e conglomerados midiáticos.

---

<sup>40</sup> No momento de redação desta tese, diretor-geral da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

A resistência americana não se deu apenas pelo gesto simbólico da sua delegação, que se retirou no plenário e sugeriu boicote aos termos aprovados na Nomic em Belgrado. Em 1985, cinco anos depois da publicação do Relatório McBride, Ronald Reagan assinou formalmente a retirada dos Estados Unidos da UNESCO, seguida no ano posterior pela Grã-Bretanha. Ambos condenaram a “inspiração soviética” da Nomic, cujo objetivo seria apenas “controlar a massa”, fortalecer regimes não democráticos, combater o livre comércio, censurar a imprensa e restabelecer um Estado regulador em países periféricos.<sup>41</sup> O Departamento de Estado Americano chegou a publicar um memorando no qual afirmou o que significaria, na prática, a ruptura formal dos laços com a UNESCO: a interrupção de projetos de comunicação em países do Sul (THUSSU, 2006). O Japão, segundo grande provedor de recursos da UNESCO depois dos Estados Unidos, elevou o tom das ameaças e avisou que reconsideraria suas relações se reformas não fossem introduzidas até o fim de 1985. A então Alemanha Ocidental, a Holanda, a Suíça e a Dinamarca também manifestaram insatisfações com a “politização” da organização e os rumos que o movimento tomara, ainda na terceira e última fase da Guerra Fria (FENBY, 1986; SHRIVASTAVA, 2007).

Baldessar (2006) e Marques de Melo (2008) assinalam que, além da rejeição às determinações estatizantes, os próprios membros da Comissão McBride, especialmente os da América Latina, se mostraram refratários diante da fragilidade do documento, que padecia de discrepâncias ultrajantes. Entre elas, reduzir a complexidade do problema à implantação das novas tecnologias, classificando o acesso às mídias como a instauração definitiva da democratização, discurso paradoxalmente identificável como uma agenda ocidental.

A resistência das empresas de comunicação, somada à falta de engajamento dos profissionais, ajuda a contextualizar a força das agências na oposição política à Nomic (SALINAS, 1977). As quatro maiores agências (AP, UPI, AFP, Reuters) reagiram com virulência às recomendações da UNESCO, no início com manifestações desordenadas nos bastidores da indústria, apontando as dificuldades reais de implementação. Seis meses depois da divulgação do informe em Belgrado, as agências abandonaram o embate discreto e trataram de desqualificar o relatório abertamente, classificando-o de autoritário e populista. A estratégia, assim, migrava da acomodação silenciosa para a radicalização neoconservadora. Tratava-se de um confronto com alvos precisos, não capitaneados por governos, mas,

---

<sup>41</sup> Os dois países só se afiliaram novamente à UNESCO em 2003 e 1997, respectivamente.

principalmente, por uma mídia pretensamente “independente” e aterrorizada pela nova ordem (NORDENSTRENG, 1999).<sup>42</sup>

Numa reunião de dois dias nos Alpes franceses, os veículos de imprensa partiram para o combate ao que consideravam uma tentativa concreta de amordaçar a imprensa.<sup>43</sup> A Conferência de Talloires atraiu representantes de 60 organizações midiáticas de 24 países, que, na aparente tranquilidade de um *resort* em pleno verão europeu, solidificaram uma resposta belicosa ao Relatório McBride. Os delegados oficialmente desatrelados de laços embaraçosos com governos ocidentais sustentavam que os relatos informativos eram absolutamente neutros, imunes às pressões mercadológicas e sociais. A revista *Time* (PRESS...,1981) ressaltou que o debate explosivo entre jornalistas e o secretário-geral da UNESCO, o senegalês Amadou-Mahtar M’Bow, chegou a tornar inviável a tradução simultânea do evento.

A Declaração de Talloires terminou com uma frase que sintetizava a repulsa à Nomic: “Liberdade de imprensa é um direito humano básico” (NORDENSTRENG, 1999, p. 256). É importante salientar que as agências telejornalísticas da época (a então Visnews e a UPITN) sequer foram citadas como presentes na conferência, em parte, pela inabilidade do mercado e da academia de enxergarem a real dimensão e a influência de seus negócios nos países periféricos, antes da explosão das TVs (RICHSTAD, 1981). Paterson (1998) deixa claro que mudanças editoriais e aberturas de escritórios na Ásia e na África foram reações muito inexpressivas dessas empresas às reivindicações da Nomic. Carla Johnston (1995) revela que, em 1978, a Visnews, a primeira agência telejornalística do mundo, passou a oferecer consultoria e treinamento para emissoras em países subdesenvolvidos, especialmente na África.

Todavia, três anos antes da carta magna elaborada pelos jornalistas em Talloires, Rosemary Righter (1978) já havia escrito uma espécie de manifesto contra o que considerava ser um escândalo apoiado por professores de esquerda, cegos radicais diante da

---

<sup>42</sup> Nordenstreng (1999) pontua que foi um alívio para os governos dividir com a mídia o combate ferrenho à Nomic, vista como um passo em direção a uma sociedade vigiada pelo Grande Irmão, concretizando o que George Orwell profetizava.

<sup>43</sup> O encontro se colocava como um fórum de mídia independente (Voices of Freedom Conference of Independent News Media), embora todas as empresas participantes fossem corporações privadas. Foi copatrocinado pelo International Press Institute (IPI), que gozava de grande prestígio justamente por protagonizar uma das primeiras críticas oficiais à mídia. Em 1953, o instituto divulgou um relatório depois de avaliar a cobertura das agências em 10 países, constatando que a Alemanha, a França, a Inglaterra e os Estados Unidos eram os mais citados, bem como empresas e organizações instaladas em outras nações, mas com negócios interconectados com os países mencionados (SHRIVASTAVA, 2007). É preciso reconhecer, no entanto, que o IPI até hoje mantém uma grande estrutura vigilante de proteção e defesa da liberdade de imprensa. Cf. <<http://www.freemedia.at/about-us/ipi-profile/>>.

falta de evidências para a suposta manipulação das agências. O livro *Whose news?* é uma calorosa defesa das agências, em especial as então cooperativadas, como a AP e a UPI, de saúde financeira limitada, e injustamente comparadas a qualquer outro conglomerado descomprometido com a opinião pública. A jornalista acusava políticos envolvidos no levante jacobino de desconhecimento das rotinas produtivas das empresas jornalísticas, submetidas a uma lógica de produção específica, que inviabilizaria processos de manipulação.

Os correspondentes, majoritariamente das agências, simplificavam e reduziam o debate, argumentando que apenas reportavam a realidade da vida no Terceiro Mundo. Dito de outro modo: os repórteres informavam sobre a instabilidade política, o retrocesso econômico, desastres humanitários e naturais, praticando um jornalismo “objetivo” que era desaprovado por regimes antidemocráticos do Sul (THUSSU, 2006).

Henry Pigeat, então diretor da AFP, reconhecia que algumas regiões eram ignoradas, notoriamente as nações recém-constituídas, porém acreditava que os fatores políticos e ideológicos obscureciam o que poderia ser um respeito mútuo por trocas equitativas de conteúdos, comprometendo valores de liberdade de expressão. As agências, portanto, não apresentavam tendenciosidades ou a busca por lucros exorbitantes, muito menos estavam em sintonia com governos e anunciantes (FENBY, 1986).<sup>44</sup> Instaurava-se, portanto, uma inversão à proposta da Nomic, entendida pelos profissionais como um rascunho perigoso, conspiratório e preconceituoso particularmente em relação às agências. Acima de tudo, a nova ordem era vista totalmente alijada do contexto das redações:

De fato, submetidas à demanda de velocidade e às pressões de recursos limitados, as agências podem representar o grau extremo do sistema ocidental. Um correspondente de jornal de um país africano pode deixar a capital por uma semana ou duas para produzir reportagens aprofundadas sobre projetos de desenvolvimento; um repórter de agência normalmente tem que ficar na cidade para cobrir os acontecimentos imediatos. O repórter de agência tem que produzir algo que seja de imediata compreensão e atrair milhares de assinantes, com centenas de outras demandas e interesses (FENBY, 1986, p. 21).<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> A AFP ainda costuma abordar o comportamento da mídia, apontando o nacionalismo patriótico presente nas emissoras americanas, durante a Guerra do Golfo. Cf. <<http://www1.folha.uol.com.br/lofolha/mundo/ult94u53884.shtml>>. Contudo, as agências raramente discutem seus papéis. A Thomson Reuters mantém uma política severa para punir jornalistas que produzem textos “parciais”. Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/A\\_Brief\\_Guide\\_to\\_the\\_Standards\\_and\\_Values\\_of\\_Reuters\\_Video\\_News](http://handbook.reuters.com/index.php/A_Brief_Guide_to_the_Standards_and_Values_of_Reuters_Video_News)>. Acesso em: 20 abr. 2009.

<sup>45</sup> “Indeed, because of the speed at which they work and the pressures arising from their limited sources, they can seem to represent the Western system as its most extreme. A newspaper correspondent posted to an African country can leave the capital for a week or two to produce in-depth reports on developments projects, a news agency reporter usually has to stay in the city to report on the daily flow of immediate events... the agency

Na realidade, as agências nunca conseguiram se encaixar completamente no perfil de “vilãs” corporativas em busca de lucros substanciais, como as transnacionais que fabricam *hardware* e *software* ou mesmo como “impérios midiáticos”. Ou seja, embora saturadas de material ideológico, especialmente durante a Guerra Fria, as agências não eram o espelho mais nítido do capitalismo predador e brutal, de todos contra todos, com vistas à eliminação dos mais fracos. O argumento repousa principalmente sobre o fato de que os negócios das agências não dependiam diretamente dos anúncios, da indústria publicitária, como os jornais e as emissoras, mas de seu rol de assinantes. E, afinal, seus profissionais “invisíveis” sustentam o *status* de correspondentes. Sem esses jornalistas, as editorias internacionais de muitos jornais de prestígio entrariam em colapso. É clássica a história contada pelo sociólogo britânico Jeremy Tunstall (1977 *apud* NEVEU, 2006), quando descreveu a rotina de um funcionário da Reuters obrigado a produzir 38 reportagens num único dia para dar conta dos pedidos dos diversos clientes, durante uma crise em Sarajevo. Essa asserção, no entanto, não impede enxergar as agências como “corretoras” da notícia: só sobrevivem se servirem aos maiores clientes “manufaturando” produtos que atendem expectativas específicas, como avalia Van Dijk (1988).

Sob o prisma de Oliver Boyd-Barrett e Terhi Rantanen (1998, 2004), apesar de reduzir o debate às questões da dependência, a Nomic foi pelo menos uma articulação consciente, uma resposta coordenada aos estados agressivos da globalização. Os mesmos autores salientam que, na sua forma final, o Relatório McBride apresentou um conjunto de contradições. Na prática, houve uma ênfase bem menor no papel efetivo das agências de notícias. Mário Erbolato (2002) elencou duas soluções propostas na época em torno de uma suposta neutralidade informacional. Ou a UNESCO estruturaria os alicerces de uma agência efetivamente internacional, atrelada à ONU, cujo corpo de funcionários e diretores seria “recrutado” em diversos países, ou a UNESCO apoiaria uma instituição cooperativada global, formada por jornais e emissoras de atores do Sul e Norte. Essas iniciativas de fato deram origem a modelos mistos como resposta aos segmentos hegemônicos denunciados pela Nomic, como a OANA, que reúne as agências asiáticas, formada em 1961, a extinta Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales (Alasei), e a Associação Latinoamericana de Información (Alai), que tem hoje forte atuação na divulgação de direitos humanos, sobretudo das mulheres<sup>46</sup>.

---

reporter has to produce a news report that is immediately understandable and attractive to thousands of subscribers with hundreds of other demands on their time and interests.”

<sup>46</sup> Cf. <<http://alainet.org/quienes-somos.phtml>> Acesso em 20 jun. 2011.

Ao delinear historicamente as coalescências entre os anseios terceiro-mundistas de uma comunicação reordenada e a iniciativa de um consórcio de organizações midiáticas periféricas para o fluxo noticioso Sul-Sul, Pedro Aguiar (2010) demonstrou que a literatura acadêmica vem ignorando o papel e a importância simbólica de uma experiência, liderada pela agência oficial da ex-Iugoslávia, a Tanjug. O Nanap (em inglês, *Non-Aligned News Agencies Pool*) foi uma iniciativa singular, uma concretização dos postulados da Nomic:

O NANAP, na prática, tinha função de redesenhar o mapa cognitivo da opinião pública e de redimensionar o espaço de representação conferido a cada região do mundo, diminuindo os das grandes potências e de suas esferas imediatas de influência e aumentando a dos recém-descolonizados. Caracteriza-se assim o *pool* não-alinhado como instrumento dessa luta pela auto-representação das sociedades subalternas no espaço global; e, tomando o aspecto de seu método, como proposta de ação participativa, não representativa, na esfera institucional, para a ação política do terceiro mundo (AGUIAR, 2010, p. 106).<sup>47</sup>

No âmbito das ações operacionais que convergiram para articulações entre a periferia e o centro, é fundamental mencionar a outra face pragmática orquestrada no seio da Nomic: o fortalecimento da mais bem-sucedida agência “alternativa” do mundo, a pioneira Inter Press Service (IPS), lançada em 1964. Giffard (1998) a descreve como uma ponte entre a Europa e a América Latina. Seu objetivo central vem sofrendo alterações, mas, ainda que a Nomic tenha sido degolada dentro da arena política, a IPS não perdeu sua essência.

Segundo seu portfólio institucional, a IPS transmite informações sobre nações marginalizadas, dá voz aos excluídos, e atua como um canal de comunicação que privilegia agendas ligadas ao desenvolvimento humano e aos efeitos da globalização. Destarte, fomenta-se a ideia de que é viável pensar num fluxo biunívoco tendo como interesse a sociedade civil, dentro da perspectiva de uma “nova ordem informacional entre o Sul e o Norte”.<sup>48</sup>

Uma vez que a autoidentidade da IPS se baseia na radical independência de fontes, no elo equilibrado entre veículos, no enfoque original e único das notícias, no respeito a culturas e etnias, não é surpresa que, na sua página na internet, seu subtítulo seja simplesmente este:

---

<sup>47</sup> O Nanap promoveu também a modernização das agências e a capacitação de jornalistas e técnicos do Terceiro Mundo. Os participantes chegaram a 83 em 1981 (eram 12 quando foi concebido o *pool*, em 1975). Os fluxos de transmissão eram também bem distintos (AGUIAR, 2010).

<sup>48</sup> A IPS é distribuída em 15 idiomas. Contando com a colaboração de 400 jornalistas de 150 países, pelo menos 30% deles com escritórios oficiais, a agência tem seu conteúdo reproduzido por mais de 1.000 sites e é acessada por 10 milhões de internautas por mês. Juridicamente, trata-se de uma organização não governamental sem fins lucrativos, que recebe doações de governos e instituições internacionais, como a Fundação Ford e o Banco Mundial. Seu epicentro decisório é localizado em Roma, mas suas cinco bases regionais têm autonomia, sendo a América Latina sediada em Montevidéu. Os temas abordados são ligados aos direitos humanos, às mulheres, à sustentabilidade, à cooperação tecnológica e política entre países não desenvolvidos e emergentes, ao meio ambiente, à imigração, à saúde e à educação. Cf. <<http://www.ips.org/institucional/>>. Acesso em: 20 abr. 2010. Para um estudo específico sobre a IPS, veja também a dissertação de Laércio Pedro Torres Góes (2008).

“IPS: Outra história”.<sup>49</sup> Mais de 70% do portfólio da IPS são dedicados a África, Caribe e América Latina.

A questão crucial é entender os limites deste caminho paralelo de difusão de notícias. Descarregar dados por outras vias significa sobreviver à asfixia imposta pelos “grandes” jogadores midiáticos, porém não necessariamente uma ruptura na visão do Sul sobre si mesmo. Apesar de publicada quase dez anos atrás, a obra *Contra-flow in global news*, de Oliver Boyd-Barrett e Daya Thussu (1992), expressa desconfiança sobre a real eficácia da IPS. Claro que é necessário ponderar que a análise dos dois pesquisadores não estava sincronizada de maneira precisa com as consequências do dilúvio informativo advindo com o webjornalismo e seu impacto no nível de produção e diversificação da notícia. Os autores dizem que, embora tenha transgredido padrões de escolha e gestão, a IPS não conseguiu abrir espaço nos meios massificados do Terceiro Mundo, que continuam preferindo divulgar os serviços das agências comprometidas e instaladas em grandes potências, serviços esses revestidos do cânone jornalístico ocidental.

De volta às razões históricas da derrocada da Nomic, é oportuno considerar também que, a partir da década de 1990, a UNESCO passou a desviar seus olhos para a educação e a saúde, terrenos onde não havia negociações tão anacrônicas.<sup>50</sup> Como recorda Baldessar (2006), no turbilhão global onde a Nova Ordem sucumbiu sem bote salva-vidas, programas de incentivo às telecomunicações nos países em desenvolvimento capitalizaram o debate da comunicação internacional, marcada agora por avanços tecnológicos, fusões de conglomerados midiáticos e convergências entre a informação e a informática dentro de conjunturas que se alinham, se acomodam e se contradizem rumo ao planeta midiático e interconectado.

A UNESCO, descredenciada e enfraquecida politicamente para promover um diálogo coerente sobre os problemas da comunicação, viu-se perante o progressivo dismantelamento das forças do Estado, os ajustes às novas realidades corporativas e o relaxamento de barreiras nas regras de radiodifusão. Tampouco continuaram aceitáveis as divisões rígidas de impérios e “mundos”: muitas nações têm características do “primeiro” e do “terceiro” mundos

---

<sup>49</sup> É curioso observar que, na versão do *site* oficial em inglês, a tradução literal do subtítulo seria: “IPS: Jornalismo e Comunicação para a Mudança Global”.

<sup>50</sup> A UNESCO ainda mantém programas contínuos de capacitação de jornalistas nos países mais pobres e incentiva as agências de comunicação no terceiro setor, além de apoiar uma série de estudos sobre o futuro das agências, a segurança dos jornalistas em áreas de conflito e o que é “qualidade” para jornalistas brasileiros (cf. BOYD-BARRETT, 2001; CERQUEIRA *et al.*, 2010). Desde 1996, o professor José Marques de Melo coordena no Brasil, por meio da Universidade Metodista, a Cátedra da UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.

simultaneamente, como a Índia, a Rússia, o Irã e o Brasil (KHANNA, 2008).<sup>51</sup> A China se tornou a segunda maior economia enquanto o Brasil está entre as 10 maiores, apesar de ser o décimo país mais desigual do mundo, segundo dados da ONU.<sup>52</sup>

No campo da Economia Política da Comunicação, a crítica acerca do fluxo internacional de informações se deslocou para os perigos à democracia com o cinturão imperial formado pelas alianças globais do capitalismo midiático: o Jornalismo foi ainda mais absorvido pelas corporações que controlam o lazer, o entretenimento e a imprensa, servindo aos interesses puramente comerciais e ideológicos (BAGDIKIAN, 2004; HERMAN; McCHESNEY, 1997).

Assim, concluiu Oliver Boyd-Barrett, depois dos anos 1990,

as agências caíram no esquecimento não somente da arena política, mas permaneceram à margem de uma discussão intelectual. Como poderiam ser teorizadas? Com o fim do comunismo, a mídia global, como a CNN, se estabeleceu como aquela capaz de não ser submetida a um controle ideológico do socialismo. As agências também foram ignoradas à luz da ascensão dos estudos culturais, que se preocupavam com a estrutura ideológica da cobertura jornalística a partir da análise textual emitida pelos próprios veículos, reconhecendo a autonomia e a complexidade dessas formas simbólicas pelo público. Os textos originais das agências, aos quais os pesquisadores tinham acesso ainda muito restrito na época, não eram voltados diretamente para o leitor: eram retrabalhados pelos veículos e não chegavam ilesos à ponta do consumidor, o que também dificultava. A recepção e densidade dos consumos midiáticos e o questionamento da hierarquia entre formas e práticas culturais, tendências mais acirradas nos estudos culturais, nunca encontraram ressonância nas agências.<sup>53</sup>

Se as agências desapareceram dos discursos fervorosos dos políticos da esquerda e hoje se encontram num vergonhoso limbo acadêmico, o próprio Oliver Boyd-Barrett acredita que o termo cravado por ele há mais de três décadas ainda pode ser apropriado. Em 1977, ele preferiu chamar de *imperialismo midiático (media imperialism)*: o processo pelo qual a propriedade, a estrutura e o conteúdo da mídia são reproduzidos por outros grupos midiáticos periféricos, sem haver uma contrapartida de influência. Ao sugerir *imperialismo midiático* em vez de *imperialismo cultural*, o autor defendia que:

a) as agências globais estavam ainda mais reduzidas e mais concentradas;

---

<sup>51</sup> Mas o autor alerta: não há dúvida de que os Estados Unidos, a China e a Europa já detêm quase todo o poderio do mundo, são impérios comerciais e farão tudo para que a Rússia, o Brasil e o Japão continuem sendo potências regionais e não ganhem terreno.

<sup>52</sup> Cf. <<http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,brasil-ainda-e-um-dos-mais-desiguais-apesar-de-progresso-diz-onu,585095,0.html>>. Acesso em: 23 jul. 2010.

<sup>53</sup> Em entrevista à autora, em 28 de janeiro de 2010.

b) os grandes grupos midiáticos na internet reproduziram fusões do mundo fora da esfera virtual;

c) os critérios ocidentais de definição de notícia internacional pareciam mantidos nos mesmos moldes que nos anos 1960;

d) não havia evidência de que agências alternativas tivessem conseguido, de fato, penetrar na órbita da mídia *mainstream*, mais conservadora e tradicional. (BOYD-BARRETT, 1998).

Hardt e Negri (2006, p. 12-13) pensam de modo diferente. Aquilo a que assistimos hoje, dizem, é muito mais a consolidação de uma supremacia, de um “império”, do que propriamente um “imperialismo” dominado por um único país, como os Estados Unidos, ou um único continente, como a Europa. Os dois autores não usam a palavra “império” como metáfora para relembrar períodos históricos específicos (império romano ou otomano) mas, acima de tudo, como uma teoria propriamente dita:

Em contraste com o imperialismo, o Império não estabelece um centro territorial de poder, nem se baseia em fronteiras ou barreiras fixas. É um aparelho de descentralização e desterritorialização do geral que incorpora gradualmente dentro de suas fronteiras abertas e em expansão [...]. O Império administra entidades híbridas, hierarquias flexíveis e permutas plurais por meio de estrutura de comandos reguladoras.

Se as fronteiras ficaram cada vez mais porosas, o caminho unidirecional do fluxo informacional noticioso não pode ser considerado totalmente democrático. Nem mesmo eficaz, pois excluía os grupos incrustados nas classes subalternas. Os conceitos frankfurtianos também nos ajudam a entender a estrutura desse fluxo. A Escola de Frankfurt, na Alemanha, conhecida pelas críticas de seus componentes à comunicação massiva, tratava a informação como um produto da indústria cultural. Especialmente Adorno, Marcuse e Horkheimer defendiam que esses processos proporcionavam a alienação social, a desinformação e a perda do senso crítico (WIGGERSHAUS, 2002).

Todavia, a estrutura do fluxo informacional não é mais a mesma desde que os teóricos críticos cravaram seu olhar crítico sobre a comunicação. Tampouco podemos absorver, sem resistência, o que Galtung e Ruge (1970) proclamaram como valor clássico tributado à notícia internacional, como será discutido no último capítulo desta tese. A notícia, porém, continua “um produto à venda”, como Cremilda Medina (1978) descreveu ao inventariar sua totalidade fenomênica nas urbes, uma *commodity* (HESTER, 1991; RANTANEN, 2009) perecível, assentada em padrões industriais.

Nesse sentido, como Nilson Lage (1982) escreveu há três décadas, as mídias ainda

fabricam um produto para consumo universal e, mais importante, exportam um modelo, uma “fórmula” no fazer Jornalístico que replica as estruturas dos centros financeiros e políticos do mundo. As agências, seguindo essa linha de raciocínio, são empresas consolidadas sob as diretrizes da globalização, entendida por Octavio Ianni (2006) como um processo civilizatório para legitimar padrões, doutrinas, valores e conceitos da Europa Ocidental e dos Estados Unidos.

O âmago do problema do fluxo informacional continua sendo a preparação da notícia em larga escala, mantendo mais similitudes nos critérios de noticiabilidade do que diferenças, como as cadeias de restaurantes do tipo *fast-food*. Nas redações, o informe internacional é gerado a partir de uma matéria-prima estandardizada. Com essas estruturas é possível “saborear” a informação igualmente, independentemente do veículo. Isso é percebido de modo mais forte na imprensa *online*, onde a rapidez se sobrepõe, em diversos casos, à qualidade. Em razão disso, é comum observar textos provenientes de agências publicados na íntegra, com a assinatura da empresa, com a mesma estrutura narrativa e gramatical.

Sharia Fahmy (2010) afirma algo ainda mais contundente sobre esses conteúdos uniformizados. Em artigo sobre a análise do Jornalismo Internacional após os atentados de 11 de Setembro, nos Estados Unidos, compara: assim como um cozinheiro não pode fazer milagre com poucos ingredientes de qualidade, o noticiário americano não pode ser melhor com base nas mesmas fontes utilizadas para elaborar o “prato noticioso”. Ter mais notícias em circulação não implica, necessariamente, um noticiário mais justo e compreensível.

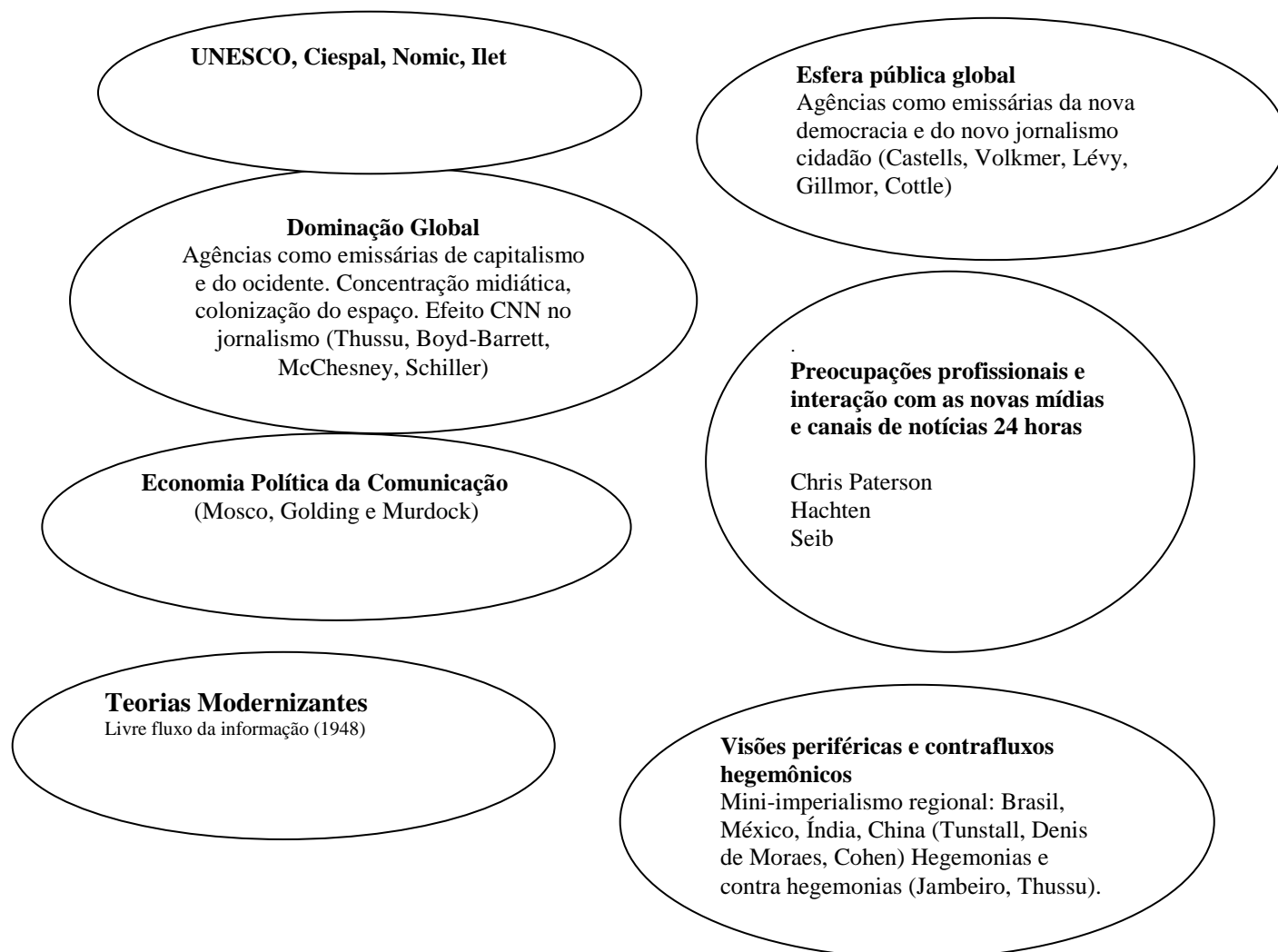
Sabe-se, por pesquisas recorrentes e sistemáticas encorajadas por instituições sérias americanas como o Pew Research, que o volume do noticiário internacional é maior hoje do que em décadas passadas. No entanto, a gama dos países retratados diminuiu drasticamente, gerando percepções estereotipadas sobre nações (PHILO, 2004). Fahmy (2010) sustenta que a mídia americana, ao reproduzir o conteúdo das agências internacionais, prefere temas que explorem preconceitos já ossificados, como as mulheres reprimidas no mundo islâmico. Em adição, diz a autora, as tragédias humanitárias da África receberam menos espaço na mídia americana. A crise entre Congo e Sudão, argumenta, teve um número de vítimas dez vezes maior do que a tragédia do tsunami, em 2004. Entretanto, quase 60% dos americanos acreditam que o desastre ambiental do Pacífico matou muito mais que os conflitos étnicos na África.

Seguindo essa linha de pensamento, seria improvável um dilúvio informacional descarregado pelas agências de notícias sobre os protestos contra a ditadura no Egito, a chamada “Revolução no Nilo”, se o que estivesse em jogo não fosse uma ameaça concreta à

estabilidade do canal de Suez, que responde por 10% do comércio mundial marítimo, além das reservas naturais de petróleo da região. A maior parte dos americanos sequer sabe da ajuda militar e econômica que os Estados Unidos oferecem àquele país árabe por ano, cerca de um bilhão e meio de dólares, preço alto para que o Egito continue sendo um grande aliado e interlocutor americano no Oriente Médio (KHANNA, 2008).

No entanto, como advoga o professor Simon Cottle, da Universidade de Cardiff, não se pode incorporar o paradigma pessimista da dominação global sem examinar, com cautela, correntes opostas. Enquanto a *dominação global* herdada pela Economia Política da Comunicação agrega o trabalho de pesquisadores como Oliver Boyd-Barrett, Daya Thussu, Robert McChesney e Herbert Schiller, que recebem com mais ceticismo e reservas as assertivas otimistas deste ambiente comunicacional, os estudiosos ligados ao paradigma de uma *esfera pública global* falam sobre os espaços escancarados pela imprensa tradicional ao consumidor midiático, que agora participa e integra os ângulos dispostos por canais globais, como a CNN. A essa visão estariam filiados Manuel Castells, Ingrid Volkmer, e os diversos autores que celebram a chegada da web 2.0 como uma ágora efetivamente global de inclusão, conforme a figura 04.

No organograma, inspirado nas divisões designadas por Cottle (2009, p. 28), estariam também as *visões periféricas*, ou seja, as perspectivas de autores que acreditam na formação de mini-impérios regionais globais. Foi preciso ressaltar também os trabalhos mais recentes dos professores Chris Paterson e Oliver Boyd-Barrett, aqui batizados de *preocupações profissionais*. Ao cenário teórico que se tentou recuperar neste capítulo somam-se, ainda, as teorias modernizadoras e o grande número de pesquisadores latino-americanos que desde a década de 1960 vêm atuando nos estudos de fluxos comunicacionais, como Juan Somavia, José Marques de Melo, Elias Diaz Rangel, Armand Mattelart, Fernando Reyes Matta e Raquel Salinas.



**Figura 04:** Principais paradigmas teóricos associados às agências internacionais

Ainda assim, argumenta-se nesta tese que a hábil estratégia para influir nas questões mundiais, como um contraponto à hegemonia e ao “neoimperialismo” midiático, aparece de maneira desordenada. Visões como a do *site* Democracy Now! ainda giram no âmbito das esferas meramente alternativas. O princípio de revelar “perspectivas raramente ouvidas em corporações americanas midiáticas, incluindo a de jornalistas independentes, gente comum espalhada pelo mundo que é diretamente afetada pela política externa americana, além de ativistas políticos, artistas, acadêmicos e analistas independentes”<sup>54</sup> ainda soa restrito aos

<sup>54</sup> “[...] Perspectives rarely heard in the U.S. corporate-sponsored media, including independent and international journalists, ordinary people from around the world who are directly affected by U.S. foreign policy, grassroots leaders and peace activists, artists, academics and independent analysts.” O *site* transmitiu, por meio de seus colaboradores, toda a crise nos países árabes, mantendo inclusive *podcasts* de *freelancers* locais. Os relatos são transmitidos em programas de rádio ou por meio de acordos que permitem exibição na TV pública americana (PBS).

intelectuais de esquerda. Em suma, como explicam Asa Briggs e Peter Burke (2004, p. 25) “nenhuma teoria única fornece o guia completo para o reino contemporâneo” para dar conta da comunicação hoje, exposta a fluxos contínuos e contraditórios de informação. O capítulo que aqui se encerra também mostrou que agências de notícias remodelaram seus negócios diante de novas ameaças do bazar midiático global. Fica posta uma questão, a ser respondida nos próximos capítulos: como as agências, que historicamente reproduziram a dominação política e econômica, atravessarão esses tempos de ruptura e descompasso?

## CAPÍTULO II

### PADRÕES: O COMÉRCIO DAS NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

O aparecimento das agências é uma das manifestações mais visíveis da globalização, ainda na primeira metade do século XIX, quando se estabelece, de modo mais radical, a demanda pela troca e irradiação do capital financeiro e informacional, bem como o redimensionamento dos espaços e dos tempos, por meio da evolução dos transportes físicos e da expansão da imprensa ligada por uma rede de suportes, especialmente as linhas de telégrafos e de cabos submarinos.<sup>55</sup> Neste capítulo, intenta-se mostrar a história das agências, seus papéis e funções na mercantilização das notícias e suas dimensões atuais no contexto internacional.

#### 2.1 Agências como atores da globalização

*Compreendem, agora, a pobre uniformidade das notícias do estrangeiro em todos os jornais? Cada um tinge de branco, verde, encarnado ou azul a notícia que lhe envia o Sr. Havas [...]. Neste domínio, há apenas um jornal, feito por ele, a fonte em que bebem todos os jornais.*<sup>56</sup>

As agências de notícias desenvolveram uma infraestrutura própria para a coleta, a provisão e a circulação da informação global, tornando-se “agentes da globalização”, como resumem Oliver Boyd-Barrett e Terhi Rantanen (1998, 2004). Essas empresas simbolizam o acirramento daquilo que Robert Robertson (1992, p. 8) sintetiza numa frase: “A compressão do mundo e a intensificação da consciência do mundo como um todo”.<sup>57</sup>

Entre tantos discursos, conceitos e metáforas da globalização, a de Anthony Giddens ajuda a entender as correlações entre o nascimento das agências e as transformações sociais mundiais, agora influenciadas por fatos ocorridos em regiões distantes, produzindo a

<sup>55</sup> Apesar de Samuel Morse, nos Estados Unidos, ter inventado o código de pontos e traços em 1835, o pleno uso do telégrafo elétrico só ocorreu em 1837, na Grã-Bretanha, quando a primeira mensagem telegráfica foi transmitida da estação de trem Camden Town (BRIGGS; BURKE, 2004; CASTELLS, 2005). O primeiro cabo submarino transatlântico, o Great Western, só foi lançado em julho de 1866, também na Grã-Bretanha. Em 1860, o telégrafo transmitia 10 palavras por minuto; em 1900, 150; e em 1920, 400. As agências competiam não apenas com as rivais, em relação à capacidade de transmissão de suas linhas, mas também com a interrupção das transmissões (RANTANEN, 2009).

<sup>56</sup> Honoré de Balzac, 1840 (apud LUSA, 2007, p. 21).

<sup>57</sup> “The compression of the world and the intensification of consciousness of the world as a whole.”

experiência global da simultaneidade. Assim, nos seus estágios iniciais, a globalização revela-se inerente à era moderna, em que “o nível de distanciamento tempo-espço é maior do que em qualquer período precedente, e as relações entre formas sociais e eventos locais e distantes se tornam correspondentemente alongadas” (GIDDENS, 1991, p. 69).

A marca da vida moderna ensaiava-se, portanto, fora dos limites territoriais. As agências se aliavam e se hibridizavam com o jornalismo projetando futuros cenários, diagnosticando crises, garantindo previsibilidade, sustentabilidade e estabilidade ao sistema, e promovendo uma rede complexa de interconexões e interdependências (TOMLINSON, 1999). Atendendo e ao mesmo tempo interagindo com as premissas do mercantilismo, do colonialismo e do imperialismo político-militar, as novas empresas de serviços noticiosos compunham alguns dos alicerces fundamentais de uma “economia-mundo”, nas palavras de Octavio Ianni (2005, p. 31), quando se rompeu com os últimos resquícios do feudalismo e dissolveram-se incessantemente as fronteiras.

Não obstante terem sido fundadas concomitante e progressivamente com as instalações de redes internacionais de comunicação, as agências brotaram no tecido social que se costurava após a Revolução Francesa: a intensa secularização dos Estados e o nascimento de uma opinião pública, mediada pelos jornais. É o período do surgimento de um “terceiro Estado”, sem o clero e a nobreza, “formado por advogados, comerciantes, artesãos e camponeses” (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 105).

O sociólogo britânico John Thompson (1998) vê a emergência das redes de comunicação do século XIX como capazes de modificar drasticamente o sentido de pertencimento dos indivíduos, sugerindo novas formas de ação e de interação com o mundo social, que se acirram ainda mais nos novos tempos. Ao descortinar o “outro” através de imagens, ao revelar realidades à nossa volta, a mídia nos permite condicionantes para julgar criticamente nossas vidas. À luz da perspectiva de Thompson, as agências, ao viabilizarem a cobertura internacional à imprensa local, rascunharam um novo mapa-múndi. Comportando-se como mediadores essencialmente sociais, os jornalistas nos trouxeram os relatos de eventos simultâneos a milhares de quilômetros de distância. Portanto, até hoje,

[...] nossa compreensão do mundo fora do nosso alcance da experiência pessoal e do nosso lugar dentro dele, está sendo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas. Esta difusão de produtos de mídia nos permite, em certo sentido, a experiência de eventos, a investigação dos outros, e em geral, o conhecimento de um mundo que se amplia muito além de nossos encontros diários. Os horizontes espaciais de compreensão se dilatam grandemente, uma vez que eles não precisam estar fisicamente nos lugares onde os fenômenos observados ocorrem (THOMPSON, 1998, p. 38).

Em uma rigorosa análise da pós-modernidade, David Harvey assinala que alterações profundas nos conceitos do tempo e do espaço foram vitais para empreender a vida coletiva, especialmente o estabelecimento de horários iguais nas cidades, a fim de garantir uma ordem econômico-cultural que resultasse na melhor organização das empresas, dos governos e dos indivíduos. A unificação dos relógios, o tempo homogêneo no trabalho passou a assumir um caráter valorativo na sociedade de massas (HARVEY, 2008; MARTIN-BARBERO, 2001). Com a introdução, por exemplo, de um horário padrão nas ferrovias nos limites dos Estados-Nação, os sentidos do tempo se entrecruzaram e os espaços foram oficialmente desterritorializados.<sup>58</sup>

Trazendo essa análise para uma reflexão sobre a evolução das agências, convém destacar que em 1884 o ponto zero do meridiano de Greenwich, nos arredores de Londres, foi adotado como parâmetro referencial de uma hora universal (hora GMT), ainda que só tenha sido amplamente utilizado em 1912 (BRIGGS; BURKE, 2004). A adoção de zonas diferenciadas de tempo a partir da hora GMT teve então um impacto direto nas operações das agências: cada notícia poderia ser agora finalmente marcada e valorada pelo dia e pela hora. A mesma informação caducava em Londres pela manhã, mas era embalada como fresca em Nova York, na abertura dos pregões.<sup>59</sup> Ao estabelecer Londres como ponto nodal de uma hora normativa e mundial, corroborava-se com a perspectiva coercitiva de que os cidadãos globais eram finalmente unidos graças ao centro do império, no seu apogeu econômico. O porto da capital inglesa já havia se tornado um dos mais movimentados do mundo: os navios britânicos representavam 60% do tráfego mundial e Londres, com suas 2.215 milhas telegráficas, era a sede das companhias de cabos submarinos. Em 1904, das 25 empresas responsáveis por conectar o mundo, 22 eram britânicas (MATTELART, 1995; TUNSTALL; PALMER, 1991). A opção por Londres se deu por padrões notoriamente econômicos e veio de mãos dadas com um modelo globalizante e ideológico, no entender de Renato Ortiz (1994, p. 51):

A escolha de Greenwich como meridiano de referência de uma hora universal não é algo meramente técnico. Ela tem um significado mais amplo. O mundo no qual os homens agora circulam para se unificar tem que ajustar a maneira de se contabilizar o fluir do tempo [...]. O tempo, representação social por excelência, se adequa às exigências de uma civilização urbano-

---

<sup>58</sup> Só no sistema ferroviário americano havia 60 diferentes horas, determinadas por cada uma das empresas da malha ferroviária (RANTANEN, 2009).

<sup>59</sup> Rantanen (2009) lembra que passaram treze dias até que a morte do ex-presidente americano Abraham Lincoln fosse noticiada em Londres, em 1865. A Reuters nem sequer mudou seu parágrafo de abertura, mantendo como “noite passada” algo ocorrido no dia 14 de abril daquele ano.

industrial. Tempo mundial, que se impõe a todos os países, independente de suas peculiaridades, ou de idiosincrasias.

As redes permitiram que os mercados se unissem e as agências abrissem sendas para escoar as informações relativas a bancos, bolsas, governos, comerciantes e indivíduos (BRIGGS; BURKE, 2004). A expansão econômica da Europa espalhou as sementes para o desenvolvimento de uma rede internacional de informação. Comunicação e comércio passaram a marchar lado a lado com o fortalecimento do sistema capitalista, que demandava uma malha internacional de transporte e comunicação eficiente e sistemática. Paris, Londres, Berlim e Nova York controlavam as rotas do comércio e concentravam os recursos e a distribuição da informação.

Por fim, à velocidade que as agências cresciam com as tecnologias inovadoras por meio da rede de telégrafos elétricos (em meados do século XIX), à medida que cabos transatlânticos e transpácíficos comportaram centenas de canais de voz, a globalização circunscrevia-se em nossas vidas de maneira irreversível (GIDDENS, 2003). O próprio Giddens descreve a globalização de maneira muito equilibrada ao explicar que a popularização do termo em quase toda parte do mundo criou distorções e visões extremas. Sustenta que o fenômeno é visto de maneira simplificada a partir de dois grupos de pensadores, o que ele chama de céticos (em geral de esquerda) e os radicais (aqueles situados num leque mais amplo, que pregam o fim do conceito de um Estado-nação:

Não acredito, porém, que nem os céticos nem os radicais tenham compreendido corretamente nem o que ela é, nem suas implicações para nós. Ambos os grupos vêem o fenômeno quase exclusivamente em termos econômicos. Isso é um erro. A globalização é política, tecnológica e cultural, tanto quanto econômica. Foi influenciada acima de tudo por desenvolvimento nos sistemas de comunicação que remontam apenas ao final da década de 1960 (GIDDENS, 2003, p. 21).

A mídia tradicional, oligopólica e, sobretudo, hegemônica, diz Denis de Moraes (2005, p. 9), teve, portanto, uma função “primordial enquanto máquina produtiva que legitima ideologicamente a globalização capitalista”. Muniz Sodré, no mesmo livro compilado por Moraes, é mais virulento em sua crítica: “Globalização é, portanto, um outro nome para a *teledistribuição* (grifo nosso) mundial de um determinado padrão de pessoas, coisas, e, principalmente, pessoas” (SODRÉ, 2005, p. 23).

## **2.2 Big Four: unipolaridade militar, política, econômica e midiática**

Qualquer esforço para inventariar as agências de notícias demanda resgatar o legado histórico do que se convencionou chamar de “quatro grandes” (*Big Four*), aquelas empresas cuja presença dominante e constante na cadeia informativa global nos leva a credenciá-las como “internacionais”: Agence France Presse, Reuters, Associated Press (AP) e United Press International (UPI). O grupo, mantido com suas contradições, diferenças e similaridades, permaneceu intacto até o fim da década de 1980, com o enfraquecimento da UPI.<sup>60</sup>

Ressalta-se, também, o papel de outros atores importantes envolvidos no intercâmbio ou no comércio internacional de notícias, antes mesmo da chegada da televisão. Destacam-se aí as agências associadas ao ex-bloco “comunista” – Tass, da ex-União Soviética (hoje Itar-Tass), e a chinesa Xinhua –, ambas fundadas nas três primeiras décadas do século XX; e as “transnacionais” com forte presença no exterior (DPA, EFE, Kyodo, ANSA),<sup>61</sup> como mostra a figura 05 elaborada por Pedro Aguiar (2010):

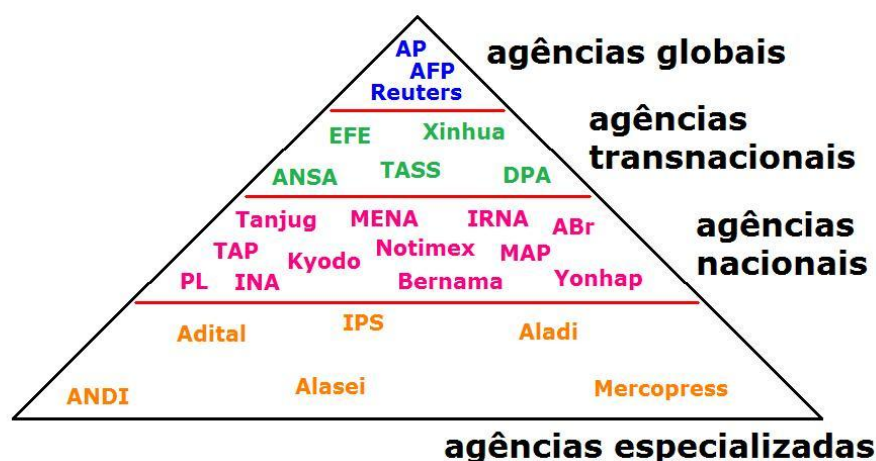


Figura 05 Tipificação das agências de notícias<sup>62</sup>

<sup>60</sup> Em entrevista à autora, Boyd-Barrett afirma que a UPI se destituiu da cena internacional por várias razões. Em parte, como resultado da regra monopólica: a sobrevivência do mais apto na guerra destrói competidores reais. A AP e a Reuters investiram em plataformas multimídias e fizeram esforços rigorosos para servir clientes com tecnologia de ponta. A UPI veio à falência em 1985 e, em 1991, foi vendida, revendida e administrada pela família real saudita, até que, em 2000, foi adquirida pelo grupo News World Communications, braço da Unification Church, popularmente conhecida como a seita do Reverendo Moon (DAVIES, 2008). Apesar de transmitir em inglês, espanhol e árabe, ao se interconectar com jornais conservadores e facções religiosas, perdeu sua credibilidade internacional (THUSSU, 2006).

<sup>61</sup> As estimativas sobre o número de agências mundiais são díspares e confusas. José Afonso da Silva Junior (2006), citando a UNESCO, menciona que há 170 agências de notícias em 118 países. Oliver Boyd-Barrett (2010) afirma que é possível saber apenas que pelo menos dois terços delas são estatais, cerca de 85%. Camille Laville (2010) vai mais longe: só na França existiriam 284 empresas consideradas “agências”. Não há um número oficial e uma única entidade que agregue todas elas. Por exemplo, só a Aliança Europeia de Agências (Eana) tem hoje 31 membros ativos, sem contar com outras associações semelhantes, como a Amam (dos países mediterrâneos) ou a Fana, grupo das 18 agências de países árabes. Há, ainda, o IPCT, fundado em 1965, como um consórcio de grupos midiáticos. No entanto, diante das novas ameaças e oportunidades iminentes nas suas atividades, foi fundado em 2003 o World Council of News Agencies (SHRIVASTAVA, 2007). Desde 2004, as empresas filiadas a essa organização promovem congressos a cada triênio. Em outubro de 2010, 160 representantes de 76 agências foram confirmados num encontro em Bariloche, na Argentina.

<sup>62</sup> Reprodução de figura projetada inicialmente por Pedro Aguiar (2010, p. 23).

A difusão de informações transfronteiriças sempre se constituiu fora dos limites dos Estados-nação. Mesmo antes do aparecimento das agências, os jornais reproduziam a imprensa estrangeira quando se encontravam impedidos de arcar com os custos de manter um correspondente. Todavia, no limiar e na consolidação das suas operações, coube à elite política e financeira das agências a tarefa de cobrir, dissipar, retalhar, reordenar e “lotear” o mundo.

Ainda que não endossado por todos os seus concorrentes, ainda que confrontado e desafiado direta ou indiretamente, o grupo das “quatro-grandes” ajudou a construir o conceito clássico de agência no campo da Economia Política da Comunicação. Oliver Boyd-Barrett (1980, 2010) definiu-as como “atacadistas” da notícia, aquelas que cobram para nutrir, com um volume “bruto” ou “finalizado”, os conteúdos sistematizados e disponibilizados ao público (com demandas díspares e distintas) por outras organizações, primordialmente midiáticas:

As agências de notícias globais são organizações cuja razão de ser continua sendo coletar e vender notícias pelo mundo para o uso da mídia varejista (principalmente jornais, emissoras e seus websites, bem como portais, sites e agregadores que se utilizam de agências) e organizações não midiáticas, incluindo instituições financeiras como corretoras de mercadorias, bancos, governos e indivíduos (BOYD-BARRETT, 2008, p. 57).<sup>63</sup>

É relevante ponderar que essa classificação ainda se encaixa nos modelos estritamente comerciais. Mário Erbolato (2002) descreve pelo menos nove tipos de agências: particulares, cooperativadas, estatais, gerais, especializadas, fotográficas, de artigos, nacionais e internacionais.<sup>64</sup> O que nos parece válido indicar é que a diferenciação entre varejistas e atacadistas midiáticos foi construída a partir da estrutura de modelo de negócios desenvolvido por AFP, Reuters, AP e UPI.

As origens da AFP remontam à agência Havas.<sup>65</sup> Charles Havas, banqueiro e comerciante, beneficiado por ter sido conselheiro e financiador do exército napoleônico, aproveitou seus contatos na Europa para fazer algo impensável e emblemático naqueles tempos: traduzir e distribuir informações a investidores e políticos franceses, bonapartistas

---

<sup>63</sup> “Global news agencies are organizations whose main *raison d’être* continues to be to gather and to sell news throughout the world for the benefit of retail media (principally newspapers, and broadcasters and their online sites, as well as online portals, websites, and aggregators that use agency news) and non-media outlets, including businesses, banks, brokerage houses, governments and private individuals.”

<sup>64</sup> Cf. também Aguiar (2010).

<sup>65</sup> A maioria dos autores considera 1835 o ano de nascimento da agência, quando efetivamente o Bureau Havas deixa de ser um escritório de tradução para fornecer boletins constantes, utilizando sua própria rede de funcionários em centros políticos financeiros relevantes (FENBY, 1986; GINNEKEN, 1998; HACHTEN, 1996; HARRIS, 1981; HESTER, 1991). Não há dúvidas sobre seu pioneirismo, mas prefere-se adotar o ano de 1832, quando Havas abriu o Bureau de Traduction des Journaux Étrangers, traduzindo jornais europeus e vendendo os serviços por quantias módicas para similares franceses bem como para instituições ligadas ao governo (BIELSA; BASSNETT, 2009; BOYD-BARRETT; RANTANEN, 2008; SHRIVASTAVA, 2007).

que haviam ascendido de novo ao poder. Havas viajou pelo velho continente para restabelecer contratos que pareciam irrecuperáveis e crivou alguns dos pilares da gênese de agência, criando um modelo inspiratório para vários outros empreendimentos. Priorizou, portanto, a divisão de funções na apuração e coleta das notícias, a rapidez na transmissão das mesmas; e enraizou a noção de que a agência deve produzir matéria-prima diversificada para jornais de “todas as tendências” (LUSA, 2007, p. 22).

Havas era apoiado pelo governo francês e falava cinco idiomas, inclusive o português. Em 1835, depois de renomear seu escritório de tradução para Agence des Feuilles Politiques – Correspondence Générale, o empresário reestruturou uma teia de redes que se compatibilizavam e se complementavam: carruagens, mensageiros e telégrafos (óptico e elétrico). Sem falar dos simbólicos pombos-correio, que chegavam a ser mais rápidos do que as locomotivas, embora inviáveis em distâncias maiores que 500 milhas (PERLMUTTER; HAMILTON, 2007).<sup>66</sup>

Bielsa e Basnett (2009) assinalam que não se deve negligenciar o papel da tradução de notícias para dar sustentação e forma à globalização, viabilizando o turismo, o exílio, a migração e a movimentação dos indivíduos. As duas autoras não enxergam apenas como uma coincidência o fato de que dois ex-funcionários da Havas, Bernhard Wolff e Paul Julius Reuter,<sup>67</sup> fossem cosmopolitas e trilingües, farejaram o potencial dos negócios e abriram em Berlim e em Londres, respectivamente, suas próprias agências para competir com a Havas.<sup>68</sup>

Desde o começo, em 1851, a agência Reuters percebeu as fragilidades da maior rival, tomando duas decisões cruciais e inovadoras: alargou os temas de cobertura; e transmitiu as notícias de modo simultâneo, para todos os clientes.<sup>69</sup>

Os outros dois integrantes da *Big Four* são as agências cooperativadas norte-americanas, a AP e UPI. Em ambas, os princípios de fundação se estabeleceram a partir de duas vertentes. Primeiro, na repartição de despesas, na medida em que haveria, então, uma

<sup>66</sup> Adota-se aqui milhas para seguir a referência da literatura americana e europeia. Em 1944, com a derrota da Alemanha, a Havas foi estatizada e tornou-se Agence France Press, uma empresa pública, com o governo francês como principal acionário. Hoje, constitui-se numa entidade pública não estatal, mas os órgãos ligados ao governo francês ainda representam de 40% a 50% da receita da agência (BOYD-BARRETT, 2010).

<sup>67</sup> Julius Reuter foi o nome adotado pelo empresário depois que se converteu ao cristianismo. Seu nome judaico era Israel Beer Josaphat. Depois, convencionou-se chamar a agência do senhor Reuter (Reuter's em inglês, mais tarde, Reuters).

<sup>68</sup> Wolff abandonou a carreira de médico e forneceu desde 1849 conteúdos para o seu próprio jornal, logo depois se tornando a fonte predominante de notícias econômicas e financeiras para os jornais alemães. Com a dissolução da empresa após a Primeira Guerra, a Wolff nem sequer chegou a entrar no clube das quatro, já que seus negócios foram divididos com as demais concorrentes. Antes de firmar-se na Inglaterra, Reuters abriu escritório em Paris, depois em Aachen, na Alemanha (FENBY, 1986).

<sup>69</sup> Fenby (1986) diz que atuar nessa escala sincronizada era tão prioritário para Julius Reuters que, ainda na Alemanha, ele chegou ao ponto de convocar e trancar todos os clientes no seu escritório em Aachen, assim que as primeiras informações sobre a bolsa de valores de Berlim ficaram disponíveis.

cobertura formada por um *pool* (repórteres se alternando na apuração das notícias e divulgando-as para vários veículos). Segundo, os donos dos jornais americanos ganhariam mais autonomia e estabilidade diante do grupo articulado pelas agências europeias.

No livro em que comemora e reexamina os relatos canônicos de sua cobertura e no próprio *website*, a AP fixa 1846 como pilar de sua estrutura ainda muito embrionária, a partir de um acordo de seis jornais nova-iorquinos para cobrir a guerra dos Estados Unidos contra o México (MEARS, 2007).<sup>70</sup> Muito antes disso, já havia redes menores de jornais espalhadas pelo país, especialmente conectadas à *Penny Press*, a imprensa popular.<sup>71</sup>

José Afonso da Silva Junior (2006) enumera três justificativas para o surgimento da AP: criar uma rede de apuração que abarcasse o imenso território americano; neutralizar e atenuar os custos de uma assinatura das agências estrangeiras; e aproveitar a expansão da malha ferroviária e comunicacional dos Estados Unidos.

O sintoma mais aguçado da ascensão meteórica da AP se deu no enlace entre o trânsito de notícias e a rede produtiva. A então New York Associated Press assinou um contrato de parceria exclusiva com a empresa telegráfica Western Union, conquistando tarifas irrisórias e iniciando a construção do monopólio da AP, que enfrentava um mercado competitivo e hostil nos jornais fora dos limítrofes da costa leste americana.

A United Press (UP), posteriormente UPI, encontra alguns vestígios já em 1882, mas nasceu formalmente em 1907,<sup>72</sup> desta vez dotada de uma linha telegráfica própria e prometendo um estilo mais agressivo para minar a concorrência. Jornalistas e técnicos se comprometeram na redução de custos e 367 jornais aboliram princípios de exclusividade. A UPI instaurou outros princípios inovadores: permitiu que repórteres tivessem passe livre para versar sobre histórias mais dramáticas, ouvindo “pessoas” e não somente instituições e, finalmente, incluiu um serviço noticioso esportivo para jornais vespertinos (BOYD-BARRETT, 1980; FENBY, 1986; HACHTEN, 1996).

Ao mesmo tempo em que a informação circulava como qualquer outra mercadoria do outro lado do Atlântico, a tecnologia atuava como força cismática entre as agências europeias. De um lado, o ambiente tecnológico instaurado havia permitido a captação e difusão do

---

<sup>70</sup> Os jornais recebiam informações por meio do *Pony Express*, um sistema de correio diário e expresso que levava cartas, por meio de cavalos, para os jornais. Aos poucos, foi sendo posteriormente substituído pelas linhas de telégrafo.

<sup>71</sup> A imprensa popular publicava as histórias trazidas pelos “barcos-notícia”, serviço informativo sistematizado por um dono de café que funcionava numa casa de câmbio em Boston. Em 1811, clientes liam os *posts* no mural do restaurante, que continha informações colhidas no porto, nos barcos aportados próximos aos navios que traziam navegantes da Europa. Os jornais copiaram e aperfeiçoaram seu uso, já que ficava muito mais barato apenas enviar um repórter ao porto (LUSA, 2007).

<sup>72</sup> Em 1958, com a fusão da International News Service, a United Press tornou-se United Press International.

material mais rapidamente, gerando um conjunto de notícias derivadas do mesmo país por diferentes agências. De outro, os custos altos da operação se multiplicaram à medida que a implantação e o desenvolvimento das redes de comunicação em outros países se manifestavam desordenadamente. Em algumas regiões, como África e Ásia, a sobrevivência das sucursais implicava a racionalização da produção e enfrentamentos nem sempre silenciosos com governos e autoridades locais. Paralelamente, agências nacionais emergiam em cascata com o fortalecimento do nacionalismo, ainda que com ambições tímidas, notoriamente locais, mas que sinalizavam uma concreta ameaça ao monopólio das três gigantes europeias (Reuters, Havas e Wolff).<sup>73</sup> Acuado, o trio forçou mecanismos de proteção hierárquicos que deixaram marcas definitivas na herança das agências, materializados numa série de acordos, iniciados em 1859, revisados periodicamente e oficialmente desmantelados em 1934.

O cartel esboçava uma divisão do mundo em zonas de influência e se constituía por meio de duas esferas. Na primeira, econômica, as agências europeias permitiam a troca de conteúdo entre as três, mas obtinham exclusividade tanto para coletar e distribuir notícias sobre seus territórios – barrando concorrências externas e internas – como para vender seus serviços aos jornais locais. Em muitas situações, tornavam-se a única fonte de coleta, emanção e recepção de notícias de um determinado país ou de regiões supranacionais. Numa visão pragmática, a Reuters não apenas se encarregava de apurar, filtrar e dissipar todas as informações sobre a Austrália, como também comandava o fluxo de notícias do exterior para a imprensa australiana. Os termos do acordo assinado na virada do século foram postulados com base nos prejuízos que a Reuters, a Wolff e a Havas já enfrentavam com o levante das agências nacionais: por exemplo, depois da abertura da Australian News Agency, o faturamento da Reuters na Austrália caiu 57% (SILBERSTEIN-LOEB, 2007.)

No *front* político, o cartel se sustentava com vistas à preservação do império britânico e ao estancamento de alguns movimentos por uma imprensa independente, vulnerável às interferências externas. Na Índia colonial, a Free Press Agency of Swaminath articulou a recepção de notícias internacionais de fontes múltiplas, mas foi obrigada pelo governo britânico a fechar as portas. Outra agência cooperativada indiana foi adquirida pela Reuters em 1910, ao se deparar com as limitações de sua cobertura impostas pela força de uma instituição imperial (SHRIVASTAVA, 2007). Apesar de gestadas sem as mãos do Estado, as agências privadas receberam apoio financeiro e subsídios para equipar as sucursais, e viram

---

<sup>73</sup> Já em 1868, a Press Association (PA) foi estabelecida na Inglaterra, ocupando-se em fornecer as notícias locais para o mercado interno. A Reuters se encarregaria das notícias de além-mar.

suas receitas dependerem maciçamente dos governos centrais e das colônias (BOYD-BARRETT, 1980; BOYD-BARRETT; RANTANEN, 2008).<sup>74</sup>

Pelos termos circunscritos em 1909, a Reuters detinha exclusividade sobre todas as (ex) e atuais colônias britânicas, além de China, Japão e Cingapura. Em algumas regiões da África, compartilhava territórios com a Havas, que, por sua vez, supria as colônias francesas, a Espanha, a Itália, Portugal e parte da América Latina (FENBY, 1986). O Brasil teve seu território fatiado entre as duas, depois da instalação do primeiro cabo telegráfico submarino conectando a América do Sul à Europa, a partir do Recife, em 1874 (READ, 1992).<sup>75</sup> A Continental-Wolff se restringia a atuar na Alemanha, na Rússia e na Escandinávia, e se submeteu a pagar uma proporção do seu faturamento às rivais pela troca dos serviços. Contudo, foi aniquilada do mercado depois da Primeira Guerra Mundial, com a derrota alemã, sendo suas zonas posteriormente distribuídas entre a Havas e a Reuters.<sup>76</sup>

As áreas neutras ficavam abertas a qualquer “explorador”, como a América Central e lugares mais remotos da Ásia e África. Em 1918, a AP, que já se encarregava do fluxo de entrada e saída nos Estados Unidos, como um membro “júnior” do cartel desde 1875, negociou com a Havas uma concessão para redistribuir notícias na América do Sul, bem como prospectar assinantes sul-americanos (BOYD-BARRETT; RANTANEN, 2008).

As delimitações geográficas pareciam inspiradoras, lucrativas e alienáveis, mas o cartel foi sendo minado e inviabilizado diante de, pelo menos, três conjunturas. Uma delas foi que, à proporção que a AP e UP se expandiram, reivindicaram o direito à vasta exploração do mercado, com a emergência e a popularização do rádio. Em alguns territórios exclusivos, o número de clientes tampouco compensava os investimentos, diz Jonathan Fenby (1986). Por último, as agências nacionais, apoiadas por governos que se viam projetados em enquadramentos desatrelados aos seus interesses, se rebelaram. Na maioria dos casos, as agências “locais”, impedidas de alcançar um universo irrestrito de clientes e obrigadas a subordinar seus despachos por meio de uma “atravessadora”, pagavam às agências cartelizadas “globais” comissões exorbitantes e nada recebiam em troca.

Um acordo selado em 1934 declarou formalmente o fim do cartel, mas as agências transnacionais sediadas nas potências ocidentais e em áreas metropolitanas maximizaram seus

---

<sup>74</sup> O prestígio e o lucro da Reuters dependiam fortemente da presença de seus administradores e correspondentes no império britânico, espalhado por cinco continentes: 20% do globo, um quarto da população mundial, reunindo 235 milhões de pessoas (READ, 1992; JOHNSTON, 1998).

<sup>75</sup> 1874 é o ano em que oficialmente as duas agências se instalaram no Brasil. Um correspondente da Havas no Rio de Janeiro e outro da Reuters em Santiago, no Chile, dividiam a responsabilidade de suprir a cadeia de notícias até 1876, quando a Havas assumiu a tarefa a partir do Rio, servindo as duas (BOYD-BARRETT, 1980).

<sup>76</sup> A Wolff passou a ser controlada pelo Estado alemão e hoje é a Deutsche Presse Agentur (DPA).

interesses e prioridades em nichos econômicos e políticos preexistentes, conquistando uma projeção de sua “marca” em alguns países e estruturando uma sólida reputação para tratar de especificidades, como a Reuters (HARRIS, 1981).

Indiretamente, defende Oliver Boyd-Barrett (2007), a influência do cartel no sistema operacional e político das agências perdura até os dias de hoje e gerou claros desdobramentos, como veremos adiante. Iluminando mais pragmaticamente essa questão, a Reuters foi a primeira agência a fornecer, em 2009, imagens e entrevistas exclusivas do massacre do exército na República da Guiné, ex-colônia francesa no oeste africano, cuja zona de influência foi dividida entre a Havas e a Reuters no período do cartel. A Reuters também dispõe de um serviço diário de distribuição telejornalística específico para a África, enquanto a AFP permanece imbatível (em velocidade e credibilidade) em assuntos relacionados à França e em alguns países do Oriente Médio.<sup>77</sup>

O desbloqueio das fronteiras pelas agências cartelizadas nos anos 1930 embaçou o quadro de prospecção dos negócios de notícias. Economicamente e politicamente havia incertezas: sopravam ventos de uma Europa dividida no entre-guerras e os Estados Unidos ainda se recuperavam da crise financeira de 1929.

O colapso do cartel resultou em duas tendências. O fim das imposições das agências simbolizava a necessidade de lutar contra as pretensões imperiais. Os governos fora do eixo das superpotências também logo perceberam a importância de sustentar mecanismos para gerir um fluxo comunicacional interno. A Antara, inaugurada em 1937, encampou a independência da Indonésia concretizada oito anos depois; o governo argentino respondeu ao monopólio da AP fundando a Telam, em 1945;<sup>78</sup> enquanto Vargas, no Brasil, criou a Agência Nacional, almejando uma “soberania informativa” que mais tarde se manifestaria de modo pouco eficiente (AGUIAR, 2009). Só na Europa, no rescaldo da Segunda Guerra Mundial (entre 1945 e 1949), 24 novas agências nacionais começaram a operar (SHRIVASTAVA, 2007).

E uma terceira tendência identificada após o dismantelamento do cartel foi a proliferação de iniciativas que visavam à troca de conteúdos, em termos não comerciais, entre as emissoras de televisão com interesses comuns. O fim de fronteiras demarcadas ensejou o aparecimento das redes de intercâmbio entre emissoras sem fins lucrativos.

---

<sup>77</sup> Os processos envolvidos na captação e distribuição de áudio e vídeo serão discutidos no próximo capítulo.

<sup>78</sup> Anthony Smith (1984) lembra que o diretor do jornal argentino *La Nación* escreveu à Associated Press após a Primeira Guerra Mundial, apelando para que a AP expandisse os serviços para a região, pois o Brasil e a Argentina haviam virado zonas exclusivas da Havas. Duas décadas depois, a AP enfrentou as acusações de monopólio e cobertura parcial que havia se proposto a combater.

## 2.3 Estruturações históricas e logísticas

### 2.3.1 Operações das sucursais

Trinta anos atrás, Oliver Boyd-Barrett (1980) elencou cinco fatores intervinculados e flexíveis que levaram as “quatro grandes” a instalar seus escritórios e ampliar a cobertura em nível internacional pós-cartel, negligenciando algumas regiões e, conseqüentemente, gerando disparates de conteúdo. Assim como José Afonso da Silva Junior (2006), julga-se necessário retomar esses fatores, apesar dos novos engajamentos, ocorridos nas últimas décadas, da geopolítica mundial (fim do comunismo, intensificação do neoliberalismo, terrorismo, guerras) e da esfera midiática global (revolução tecnológica digital, internet, multiplicação de canais a cabo).

O fato é que, antes de efetivamente migrarem para o setor audiovisual, nos anos 1990, tanto a Reuters como a AP já haviam incorporado políticas internas determinantes de expansão, o que resultou em sucursais multimídias e integradas. É evidente que esses condicionantes giraram em torno de uma relação racionalizada em termos de custo-benefício, seja ele econômico ou político. À Itália, por exemplo, caberia uma base mais robusta do que à Indonésia, com uma população infinitamente inferior. Ainda à luz da bipolaridade política, Moscou, Havana e Hanói demandavam uma complexa relação e negociação com os governos locais, melindrada por possíveis choques com os interesses das potências ocidentais capitalitas.

Os critérios apontados por Oliver Boyd-Barrett (1980) que justificaram o investimento para aumentar a elasticidade da cobertura foram:

- 1) *histórico* (mantendo bases remanescentes das zonas de influência do cartel);
- 2) *logístico* (avaliando a capacidade de movimentação de cada sucursal. Uma base localizada estrategicamente em Beirute, no Líbano, cujo governo era mais moderado, funcionava como o centro comunicacional referencial do Oriente Médio, assim como a Argentina e o Brasil até hoje são os pontos congruentes da América do Sul. Nos anos 1970, o correspondente da Índia respondia também por Bangladesh e Sri Lanka, e o do Quênia se responsabilizava por Tanzânia, Madagascar, Uganda, Somália e outros dois países africanos (BOYD-BARRETT, 1980, p. 89);
- 3) *político* (levando em consideração, por exemplo, se havia controle rigoroso ou restrição imposta pelos governos aos correspondentes);

4) *comercial* (visto pelo autor como o mais importante e representado pela capacidade de um determinado país ter de emanar notícias e, ao mesmo tempo, comprá-las).

5) *temporário* (levando em conta crises conjunturais prolongadas em eixos e sub-eixos, como a guerra do Vietnã, conflitos étnicos, tragédias naturais de grandes proporções, eleições de impacto global e conflitos com estreita convergência para potências mundiais, como a invasão americana ao Iraque);

Quando a AP e a Reuters finalmente alocaram recursos para uma divisão audiovisual independente, voltada para emissoras de televisão, não restavam dúvidas de que, onde já havia uma intensa produção de volumes noticiosos de textos e fotos, o novo suporte (vídeo) se posicionaria mais facilmente. Acrescentamos aqui quatro fatores fundamentais à expansão das duas empresas:

6) *herança das fusões*: a Reuters e a AP herdaram uma infraestrutura de empresas de distribuição de vídeos preexistentes, as quais haviam passado 30 anos investindo em equipamento e pessoal;

7) *novos cenários, novos jogadores na disputa*: com a desregulamentação da comunicação em vários países, a privatização do espaço e dos satélites, a explosão das tevês por assinatura que se identificavam como globais (CNNI, BBC World News), as agências se viram obrigadas (pela concorrência e necessidade do mercado) a investir em bases fixadas em outras áreas que emergiam com força na virada do milênio. Só a Índia passou a ter mais de 70 canais a cabo de notícias 24 horas (CUSHION, 2010), enquanto a rede Al-Jazeera, voltada para o mundo árabe, se dispôs a deslocar suas equipes para regiões vergonhosamente ignoradas pelas empresas do Ocidente (SAKR, 2004);

8) *mudanças nos critérios de noticiabilidade*: refere-se aos condicionantes que se sobressaíram com as novas dinâmicas das relações globais: terrorismo, aquecimento global, crises humanitárias, desastres ambientais (COTTLE, 2009). Depois do maior atentado da história dos Estados Unidos, em 2001, Indonésia, Iêmen, Argélia, Egito, Turquia, Afeganistão<sup>79</sup> e Paquistão se tornaram variáveis suscetíveis de seleção, países com “notícias relevantes” e passíveis de atenção diária (PATERSON; SREBERNY, 2004);

---

<sup>79</sup> Em agosto de 2009, a AP divulgou para todos os clientes a reforma que fez no escritório do Afeganistão, tornando-o um dos mais bem estruturados do mundo.

9) *tecnologia*: a capacidade de mapear e falar do mundo é alterada em função do preço das operações de transmissão e prospecção de informações, suprimindo, em teoria, o vazio existente em regiões invisíveis, embora as bases estejam ainda centradas nos pontos ligados aos maiores clientes (BAKER, 2009).<sup>80</sup>

### 2.3.2 As pioneiras: Visnews, UPITN e WTN

A AP e a Reuters resistiram em operar transmissões de imagem e áudio para a televisão, que até o final da década de 1980 se constituíam em operações caríssimas e pouco rentáveis.<sup>81</sup> Nos anos 1960, os satélites de comunicação já haviam provocado uma revolução para as agências de escopo similar ao daquela causada pelo telégrafo, um século antes. Todavia, só a partir dos anos 1990 concretizou-se o que Manuel Castells (2005a) caracteriza como a globalização econômica completa, ligando, em tempo real, centros financeiros e administrativos e articulando, em níveis nunca antes vistos, a convergência entre a tecnologia, a informática e as telecomunicações.

Nessa mesma obra, Castells recorda que as rotinas rígidas de produção na indústria foram substituídas por fluxos mais extensivos e flexíveis, em sintonia com os recursos computacionais disponíveis nos grandes mercados. A economia global e a infraestrutura tecnológica propiciaram, mais uma vez, a troca do capital informacional e financeiro e, sobretudo, um ciclo de aplicação imediata dos novos recursos. Desse contexto brotaram a Associated Press Television News e a Reuters Television, que herdaram um patrimônio construído lentamente desde a segunda metade do século XX, com o surgimento das agências telejornalísticas erguidas e fortalecidas por meio de parcerias cruciais com as emissoras americanas e britânicas.

A Visnews, sediada em Londres, foi oficialmente a primeira agência telejornalística e surgiu em 1964, ainda encorajada pelo modelo semicomercial de distribuição de imagens e áudio desenhado desde a Segunda Guerra Mundial pelo então The British and Commonwealth International Newsfilm Agency, o BCINA (JOHNSTON, 1998; PATERSON, 1997).<sup>82</sup> Era controlada inicialmente pela emissora britânica BBC e pela Reuters (cada empresa tinha 33%

---

<sup>80</sup> Assuntos contemplados em detalhes nos capítulos posteriores.

<sup>81</sup> Só entre 1984 e 1985, quando adquiriu o segmento da UPI que transmitia imagens fora dos Estados Unidos, a Reuters passou a oferecer fotos aos clientes (FENBY, 1986; READ, 1992).

<sup>82</sup> Há uma discrepância de datas entre alguns autores. Shrivastava (2007) e Torney-Parlicki (2000) consideram 1957 o ano de fundação da Visnews, quando sua antecessora, a BCINA, passou a colaborar comercialmente com a americana Moviestone Television.

das ações),<sup>83</sup> sendo o restante do capital dividido entre uma série de serviços públicos de informação de ex-colônias britânicas, como o Australian Board Corporation.<sup>84</sup>

No entanto, para enfrentar a concorrência nesse terreno fértil de possibilidades comerciais via satélite, foi preciso assinar um *join venture*<sup>85</sup> com a National Broadcasting Company, a NBC, pioneira na radiodifusão americana, que, aos poucos, foi comprando o espólio dos outros acionistas minoritários. O aparato tecnológico favorável deu impulso ao negócio, que consistia no fornecimento comercial de imagens em filme (depois em vídeo) para canais de televisão. Dez anos depois de formada, a Visnews já havia arregimentado 160 emissoras como assinantes, contratado 24 cinegrafistas e reunido 400 colaboradores, além de prover os clientes com novos serviços, como a cessão de fotos e filmes datados desde 1896, a terceirização de equipamentos e o fornecimento de pessoal (TORNEY-PARLICKI, 2000).<sup>86</sup>

Além da BBC, a Independent Television News (ITN) associou-se em 1967 à UPI para disputar o mercado, especialmente nas suas zonas de influência mais definidas: Estados Unidos e América Latina. A UPI já acumulava alguma experiência na empreitada: desde 1935 vendia boletins em vários idiomas para emissoras de rádio e era parceira da Fox Movietone/20th Century Fox, dissipando imagens para cadeias de cinema e televisão nos Estados Unidos e na Europa. Soberanas no segmento comercial, ainda que não exclusivas no intercâmbio entre emissoras, a Visnews e a UPITN repartiram a alimentação de informes televisivos durante a década de 1970, com o nascimento em cascata de emissoras nos países subdesenvolvidos. Essas empresas assinavam contratos para viabilizar a abertura de sucursais no exterior, pois os grandes eventos do dia seriam, enfim, relatados por seus correspondentes, usando basicamente o farto material de agência.<sup>87</sup>

Em 1985, depois de anos registrando prejuízos que contaminaram as outras divisões da UPI (texto e foto), a UPITN foi adquirida pela Worldwide Television News (WTN), da

<sup>83</sup> Donald Read (1992), historiador oficial da Reuters, lembra que, antes de se tornar Visnews, a Reuters contava com uma participação de 11% no capital da BCINA.

<sup>84</sup> Não por acaso, o desenho de transmissão pública com um punhado de redes plurais de informação foi rascunhado na Grã-Bretanha. A concepção europeia de radiodifusão nasceu como contraponto à americana. Durante anos, o objetivo não era fazer dinheiro com os veículos de comunicação ou mesmo depender de governos, mas, sobretudo, enxergar a televisão como um “bem” do povo, uma parceria entre autoridades públicas e a iniciativa privada, com autonomia e independência (LEAL FILHO, 1997).

<sup>85</sup> Segundo o dicionário de economia elaborado por Paulo Sandroni (*online*), *join venture* é “uma associação de empresas para o desenvolvimento e execução de um projeto específico”. Essa aliança estratégica cria duas empresas independentes, com a combinação de seus ativos. No entanto, sua durabilidade é condicionada à realização de um empreendimento.

<sup>86</sup> Os serviços e produtos disponibilizados às emissoras, bem como os processos de apuração e transmissão e os contratos com os clientes, serão avaliados nos próximos capítulos.

<sup>87</sup> No Brasil, a TV Globo reconhece que, sem os serviços prestados pela UPI, não teria arriscado tanto investimento. O primeiro correspondente da TV Globo, Hélio Costa, foi oficialmente contratado em 1973, assumindo o comando do escritório de Nova York, que no fim dessa mesma década chegou a ter 30 funcionários (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

Capital Cities Corp, e pela rede America Broadcasting Company (ABC),<sup>88</sup> do grupo Disney, que por sua vez, em 1996, passou a controlar totalmente a WTN, disposta a ocupar o lugar de maior provedor de notícias telejornalísticas internacionais do mundo.<sup>89</sup> Em 1992, a Reuters incorporou de vez ao seu portfólio de *holdings* a Visnews, comprando as ações remanescentes da BBC e NBC.<sup>90</sup>

A AP oficializou seu braço audiovisual em 1994, adotando uma estratégia de marketing segundo a qual estaria mais isenta de “influências” externas: aparecia no cenário como uma empresa “puramente voltada” à atividade jornalística, avessa às fusões, desatrelada das grandes corporações e emissoras (caso da WTN), e cujo único negócio era mesmo “vender” notícias. Essa descrição particularmente se contrapunha à imagem da maior concorrente, a Reuters TV, cujos produtos de mídia representavam apenas de 5% a 10% do faturamento do grupo empresarial de inteligência informativa, formado por uma série de *holdings* que ofereciam desde transações financeiras, serviços de consultoria jurídica e impostos, até produtos informativos e gerenciais nas áreas de saúde e ciência (BIELSA; BASSNETT, 2009; TUNSTALL; PALMER; 1991; PATERSON, 2010b).<sup>91</sup> Em 1998, quatro anos depois de inaugurar suas primeiras instalações, a APTV comprou 80% das ações da ABC da WTN (ex-UPITN) por 55 milhões de dólares, tornando-se APTN.<sup>92</sup>

Nesse cenário, a rede americana CBS nunca estabeleceu vínculos acionários com as agências de televisão como as rivais NBC e ABC. Todavia, comportava-se como força paralela, não somente pela dimensão ocupada dentro dos Estados Unidos, mas, essencialmente, porque desde a década de 1970 também atuava como distribuidora de suas reportagens para emissoras (“CBS-I”), bem como cedia sua infraestrutura para operações no exterior. As maiores redes americanas chegaram a almejar uma posição de independência,

---

<sup>88</sup> A ABC nasceu em 1943, como resultado da pressão dos parlamentares americanos ao crescimento acelerado da NBC (SQUIRRA, 1995).

<sup>89</sup> 10% das ações da WTN ainda pertenciam à rede australiana Nine Network Australia. Os outros 10% continuavam em poder da ITN (THUSSU, 2006).

<sup>90</sup> Antes de se tornar sócia majoritária da Visnews e decidir operá-la sozinha, a Reuters já havia reelaborado suas prioridades ao longo de três décadas de investimentos: detinha 49% das ações, enquanto a NBC respondia por 37,8% e a BBC, por 11,3%. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/news/business/reuters-set-to-buy-rest-of-visnews-1534714.html>> Acesso em: 18 abr. 2009.

<sup>91</sup> Há, por exemplo, a divisão profissional da *holding*, que vende bancos de dados e outros conjuntos de informações para advogados, contadores, cientistas e profissionais de saúde. No último balanço divulgado pelo grupo, em 2010, dos 12.997 bilhões de dólares da receita, apenas cerca de 3% vinham do serviço noticioso. Disponível em: <[http://thomsonreuters.com/content/press\\_room/corp/corp\\_news/Q4\\_FY09\\_earnings](http://thomsonreuters.com/content/press_room/corp/corp_news/Q4_FY09_earnings)>. Acesso em: 24 fev. 2010.

<sup>92</sup> A chegada da APTV em 1994 foi descrita pelos americanos como mais uma possibilidade de expandir a cobertura internacional para várias regiões dos estados americanos (PRATO, *online*). Já a possibilidade de a ITN virar uma agência de notícia que independia da Visnews gerou uma crise no mercado (CLASH..., 1992).

ensaaiando uma concorrência direta com as agências em outros meios, mas esses movimentos nunca se consolidaram comercialmente (SQUIRRA, 1995).<sup>93</sup>

### 2.3.3 Principais papéis

Ao longo de sua história, as agências assumiram funções predominantes que, embora com algumas mudanças, perduram até hoje. Alguns desses papéis encontram-se subdivididos em cinco categorias, e foram sistematizados para esta tese, a partir da extensa produção inventariante de Oliver Boyd-Barrett:

1) *Na construção dos Estados-nação*: apesar de as agências terem sido inicialmente concebidas na Europa como propriedades privadas, governos logo se envolveram no gerenciamento e/ou funcionamento das transmissões de notícias,<sup>94</sup> acessando, controlando e pulverizando um volume informativo bilateral (o que saía e entrava), disseminando ideias e, acima de tudo, projetando uma imagem positiva no exterior. Isso se deu por uma infinidade de mecanismos jurídicos que incluíam desde a propriedade direta das agências até financiamentos de canais seguros de comunicação, subsídios e concessão de tarifas. Por meio da construção de uma agência transnacional que operava em parceria com as “quatro grandes”, os governos se posicionavam enquanto Estados. Em certa medida, hoje os canais de notícia 24 horas reproduzem esses papéis, ao aspirarem a um status internacional para promover os interesses locais da “nação” (BOYD-BARRETT, 2002b; BOYD-BARRETT, 2010; SHRIVASTAVA, 2007).

2) *Na consolidação de uma diplomacia “soft”*: Tunstall e Palmer (1991) comparam o trabalho dos primeiros correspondentes das agências ao de um diplomata, administrando conflitos internos em nome de interesses externos, e vice-versa; transitando em ciclos militares, políticos e comerciais, fossem eles radicais, progressivos ou moderados, e furando a concorrência e os jornais por meio da troca de favores. O primeiro editor-chefe da Reuters, Sigismund Englander, envolvido com a classe operária durante as revoluções de 1848, e tendo trabalhado como espião francês e russo, em 1886 avisou à sua equipe: atuem mais como

---

<sup>93</sup> Squirra (1995) assinala que, em 1975, a NBC contratou 300 jornalistas para trabalhar no NIS, um serviço noticioso para rádio cuja proposta era disponibilizar 47 minutos de notícias internacionais e nacionais a cada hora. Contudo, a poderosa infraestrutura da UPI e da AP inviabilizou a iniciativa dois anos depois. A CBS fez contratos milionários com a WTN e depois retornou com exclusividade para a Reuters TV (PARKER, 1995), mas nas décadas de 1970 e 1980 transmitia material como CBS-I (PATERSON, 1998).

<sup>94</sup> A primeira agência estatal de que se tem notícia foi estabelecida pelo império austro-húngaro, a Telegraphen Korrespondenz-Bureau, de 1860 (SHRIVASTAVA, 2007).

políticos de que como repórteres (READ, 1992; STOREY, 1951). A equiparação de Michael Kunczik (2002) é bem mais crítica. O autor chega à conclusão de que os jornalistas, representantes dos meios de comunicação que ocuparam o lugar do Estado e da política, assumiram a função de um corpo diplomático e dos serviços de inteligência: transformaram-se em moderadores e *produtores de sentidos*. Após a Segunda Guerra Mundial, a imagem de objetividade (e imparcialidade) do repórter derrubou barreiras e quebrou resistências de regimes fechados e restritivos à imprensa. Em seu resgate de como se deu a cobertura de guerras na Ásia, Prue Torney-Parlicki (2000) lembra que os cinegrafistas da então Visnews tinham passe livre para circular em regimes fechados, como Coreia do Norte e China. Na tentativa de desatrelar seus serviços à da agenda estatal, as agências promulgaram em seus princípios independência, liberdade e exatidão e trataram de colocar, debaixo do tapete, seu papel histórico de produzir desinformação patriótica nas guerras. Nos anos 1990, a *diplomacia soft* se desloca sem regateio da esfera das agências para se firmar nos terrenos dos canais por cabo e satélite, como a CNNI, que assume, com a exuberância tecnológica dos satélites, uma suposta mediação crítica e imparcial do relato internacional, evidentemente contestada (BOYD-BARRETT; BOYD-BARRETT, 2010; SOUZA, 2005; THUSSU, 2006).

3) *Na garantia de estar na vanguarda da tecnologia*: pelo tamanho, dimensão e natureza de suas operações, as agências desenvolveram novas plataformas e modelos de comunicação, ao mesmo tempo em que se tornaram grandes clientes das redes de comunicação, privadas ou estatais. As agências estão entre as primeiras empresas a implantar sistemas de multimídia convergentes, ter escritórios computadorizados e integrados, se adaptar aos satélites revendendo fotos e vídeos e, mais recentemente, oferecer produtos *online* para telefonia celular (BOYD-BARRETT, 2010).<sup>95</sup> A estratégia é bidirecional: não apenas beneficia o cliente com tecnologia de ponta, como também planeja a venda de produtos facilmente incorporados às outras necessidades dos assinantes. A AP, por exemplo, expandiu seus negócios com a venda de um *software* pensado e executado exclusivamente para as redações das emissoras mundiais.<sup>96</sup> No caso da Reuters, o investimento tecnológico em equipamentos e programas foi decisivo rumo à liderança, tornando a empresa muito mais uma multinacional de informações e operações financeiras do que apenas uma “atacadista” da notícia. A partir dos anos 1960, com a perda de colônias e o enfraquecimento financeiro e político da Grã-Bretanha, a nova administração da Reuters evitou a falência dando um salto

---

<sup>95</sup> As ferramentas de apuração e transmissão de vídeo serão analisadas em detalhes no próximo capítulo.

<sup>96</sup> O ENPS visa quebrar a posição hegemônica do I-news, programa desenvolvido pela empresa californiana Avid.

tecnológico, criando ferramentas como o *stockmaster*, o *videomaster* e o *Reuters Monitor Dealing System*, usando computadores na automação de transmissão de dados financeiros internacionais, fornecendo, através de terminais, as cotações de ações e *commodities* e, mais tarde, permitindo a compra e venda de ações (SILVA JÚNIOR, 2006; TUNSTALL; PALMER, 1991).

4) *Na sustentação contínua de modelos operacionais acomodados ao Jornalismo*: quando o Jornalismo se configurou como uma atividade comercial de fins lucrativos, industrializando e comodificando as notícias a partir da segunda metade do século XIX (MEDINA, 1978; RANTANEN, 2009), as agências se especializaram na fabricação de um produto “telegráfico”, ou seja, para fácil identificação e edição, em tempos ainda instáveis de transmissão segura. As mesmas potencializaram o uso do lide nos textos, reforçando a fórmula de um jornalismo técnico, da *pirâmide invertida*, o que Dimas Kunsch (2004, p. 80) resume como uma “reprodução simbólica do acontecimento, um bem de consumo estandardizado, produzido e distribuído em grande escala”. Impossibilitados financeiramente de alcançar uma vasta gama de territórios, jornais e emissoras se depararam com um volume noticioso que, de certa forma, resolveu a necessidade de “acompanhar” os fatos para além das suas fronteiras. Vale lembrar que esses despachos passaram a ser enviados em ritmo constante e contínuo, sem interrupções, sincronizados com demandas e deadlines distintos dos clientes. Estar cobrindo onde e quando não se pode efetivamente “estar” se revela um dispositivo de conforto e segurança determinante para a manutenção dos contratos com as agências (BAKER, 2009; PATERSON, 2010a). Ao mesmo tempo em que evitaram a inanição das narrativas internacionais, as agências elaboraram uma gramática de operações que se tornou um modelo referencial para pôr fim aos problemas estruturais dos clientes (poucos repórteres, países gigantes a cobrir). Os correspondentes de jornais e emissoras, assim como as agências, se instalaram prioritariamente no âmbito das capitais ou centros financeiros, adotando uma rígida rotina que envolve o monitoramento e a reprodução das notícias emanadas pelos veículos nacionais de prestígio (BOYD-BARRETT; RANTANEN, 2001; FENBY, 1986).

5) *No reforço à objetividade e imparcialidade jornalísticas*: agências anglo-americanas e europeias construíram um simulacro de modelo jornalístico tolerado por clientes (jornais) com interesses, idiomas e zonas de tempo diferenciados. A objetividade emergiu, assim, como um recurso material, cultural e econômico (GINNEKEN, 1998; SCHUDSON, 1978). Coube às agências fazer relatos informativos sobre o que aconteceu, sem ocupar-se com contextos e análises interpretativas além da clássica equação da notícia (Quem? O quê? Quando? Como? Onde? Por quê?). O correspondente do jornal e da emissora se encarregaria

da reportagem, escapando de padrões, ouvindo vozes múltiplas, reelaborando contextos, enquanto as agências seguiriam reproduzindo somente fontes críveis, em geral, autoridades. Mesmo quando submetidas à pressão industrial, logística, política e comercial (os interesses dos maiores clientes, os governos, o tempo, os recursos), as agências, como fontes para conglomerados midiáticos, repousam seus princípios em transparência e neutralidade por meio de seus processos seletivos. Os manuais das agências inclusive deixam claro que o cliente precisa saber se a viagem até a zona de guerra foi viabilizada por unidades de exército ou se o vídeo foi cedido por organizações não governamentais ou disponibilizados por fontes anônimas da internet.<sup>97</sup> Nessas estratégias discursivas incrustadas no mercado de que as agências evitam a controvérsia e seus textos são despídos de um viés ideológico, cristalizou-se a ideia de que cada cliente seria responsável pela acomodação do conteúdo, adaptando-o aos seus interesses.

#### **2.4 A gama midiática atual e as três maiores agências: correlações**

Uma vez levantadas algumas questões enriquecedoras e intermitentes na trajetória das empresas aqui estudadas, retoma-se agora o estado da arte das três maiores agências noticiosas audiovisuais considerando o novo quadro comunicacional manifestado na sociedade digital. Três décadas depois da publicação do Relatório McBride, há algum sentido em problematizar o fluxo informativo do centro para a periferia? Se a internet 2.0 se constitui num novo momento, num espaço interativo comunicacional onde qualquer um pode emanar uma informação, ainda cabe pensar num fluxo informacional submetido ao imperialismo cultural? Se a nova mídia nos libertou das amarras, “rompeu as trancas de acesso à esfera pública” (LEVY, 2005, p. 371); se fez a televisão perder a exclusividade de relatar os acontecimentos em “tempo real” e, principalmente, se trouxe um realinhamento das relações entre organizações midiáticas, jornalistas, consumidores, fontes, competidores, governos e a publicidade (PAVLIK, 2008), então não há dúvidas de que estamos vivenciando a possibilidade da promessa de uma aldeia global (MCLUHAN, 2005), interligando rapidamente pessoas onde quer que estejam.

Subjacente a boa parte da discussão sobre os novos processos mediados por computador está uma inquietante percepção de que os fluxos comunicacionais continuam

---

<sup>97</sup> A Reuters mantém disponível na internet o seu *handbook*, que estabelece desde princípios éticos até normas de edição. Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/A\\_Brief\\_Guide\\_to\\_the\\_Standards\\_and\\_Values\\_of\\_Reuters\\_Video\\_News](http://handbook.reuters.com/index.php/A_Brief_Guide_to_the_Standards_and_Values_of_Reuters_Video_News)>. Acesso em: 13 set. 2010. Essas orientações voltam a ser discutidas no próximo capítulo.

irremediavelmente assimétricos. Ainda que a economia planetária esteja cada vez mais multipolar e descentralizada – anunciando, portanto, novas composições geopolíticas, como o G-20, o BRICS e a Unasur –,<sup>98</sup> o estágio da globalização presente embarça-se com um modelo de inegável desigualdade econômica e informacional (DOWBOR, *online*).<sup>99</sup>

Existem iniciativas concretas para corrigir essas debilitações, mesmo que não oficialmente sugeridas como um movimento de *descolonização* comunicacional. A União Latino-Americana de Agências de Notícias foi instituída em outubro de 2010, reunindo empresas públicas de comunicação do Equador, da Venezuela, da Guatemala, do Brasil, do Paraguai, do México, do Uruguai, da Argentina e de Cuba. A associação intenta reunir forças para a troca da informação democrática e plural, a partir de uma perspectiva da região, divulgando preferencialmente os assuntos da região (SE FORMÓ..., 2010). No entanto, a Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas,<sup>100</sup> criada em 1971, propondo-se a trocar conteúdos noticiosos entre emissoras de 23 países de língua espanhola e portuguesa, parece ter abdicado de alcançar sua perspectiva crítica de modo mais abrangente e presente.

Em adição, essa aldeia global de cinco bilhões de conectados via celular (em 2010) ainda possui um exército de excluídos. Apesar de avanços concretos no acesso à tecnologia e à comunicação em todos os países, inclusive no Brasil, que tinha o quinto maior mercado de telefonia celular em 2010, com 66 milhões de usuários de internet banda larga e quase sete milhões de assinaturas de televisão a cabo (ABTA, 2010),<sup>101</sup> a própria ONU reconhece que as distorções continuam. O custo da banda larga em Burkina Faso, o quinto pior país em Índice de Desenvolvimento Humano, chega a 1.300 dólares por mês. A penetração da banda larga fixa nos países pobres permanece em 3,5% e nas nações industrializadas, em 23% (COMMUNICATIONS..., 2010; PAÍSES..., 2009; UCHINAKA, 2009). Concomitantemente, os conglomerados multimidiáticos se mantiveram competitivos e diversificados à sombra da dinâmica capitalista, dominando a área da comunicação em duas ramificações, que se colidem e se associam com outros mini-impérios “locais” conforme seus interesses. A primeira é

---

<sup>98</sup> Respectivamente, siglas que representam o grupo das 20 maiores economias do mundo; o quinteto dos emergentes (Brasil, Rússia, Índia, China e agora África do Sul); e finalmente a União dos Países da América do Sul, com 12 integrantes.

<sup>99</sup> Nesse capitalismo feroz, Ladislau Dowbor mostra que “a concentração de renda no planeta está atingindo limiares absolutamente obscenos”. E continua: “Os 20% mais ricos se apropriam de 82,7% da renda. A crise financeira também nos impele a reclassificar o que vem a ser um país “rico”. A Espanha, por exemplo, chegou a ter em 2010 20% de sua população ativa desempregada. A cada mês de 2009, entre 500 e 650 mil postos de trabalho foram fechados nos EUA. Hoje há mais milionários na Ásia do que a Europa. Cf. <<http://www.starnews.in/world/52-more/12469-asia-now-has-more-millionaires-than-europe>> Acesso em: 23 jun. 2011.

<sup>100</sup> Cf. <<http://www.esmas.com/oti/asociados/>>. No Brasil, filiada às redes Globo, Record e Bandeirantes.

<sup>101</sup> Números atualizados mensalmente pela Associação Brasileira de TV por Assinatura.

formada pelos sete gigantes, com rendimentos entre US\$ 43 e 11 bilhões (Time Warner, Disney, News Corporation, Bertelsmann, NBC/Universal,<sup>102</sup> CBS e Viacom). Esses gigantes, conforme indica Denis de Moraes (2005, p.198), “veiculam dois terços das informações e dos conteúdos culturais disponíveis no planeta”. A segunda são as maiores empresas da internet: Google, Microsoft, Yahoo! e Apple (ARSENAULT; CASTELLS, 2008).<sup>103</sup>

Em razão dessa perspectiva, a aldeia global se torna uma metáfora corrosiva, na qual a grande mídia continua operando em sintonia com os centros de poder de alcance mundial, acoplada às organizações e empresas transnacionais, como explicou Octavio Ianni (2006, p.120-121) muito antes da revolução monumental da internet:

No âmbito da aldeia global, prevalece a mídia eletrônica como um poderoso instrumento de comunicação, explicação e imaginação sobre o que vai pelo mundo. Juntamente com a imprensa, a mídia eletrônica passa a desempenhar o singular papel de intelectual orgânico dos centros mundiais de poder, dos grupos dirigentes das classes dominantes. Ainda que mediatizada, influenciada, questionada no âmbito local, nacional e regional, aos poucos essa mídia adquire o caráter de um singular e insólito intelectual orgânico, articulado às organizações e empresas transnacionais predominantes nas relações, nos processos e nas estruturas de dominação política e apropriação econômica que tecem o mundo, em conformidade com a “nova ordem econômica mundial”, ou as novas geopolíticas e geoeconomias regionais e mundiais.

O acirramento da concentração oligopólica é paralelo ao surgimento de uma ágora virtual via web 2.0. A internet, se ainda não chegou a implodir a natureza dos conglomerados midiáticos, é vista como um ambiente de superação de algumas desigualdades, criando novas formas de organização política descentralizada, onde os atores sociais podem, de fato, ter liberdade de expressão. Nesses dois contextos extremados, como se comporta o comércio internacional de notícias atualmente?

Como visto no capítulo I, se a tese de dominação de fluxos já não se sustenta isoladamente, tampouco se desenha uma lógica que aponta para a dissolução ou mesmo o enfraquecimento das agências como um desdobramento esperado da crise de audiência da TV e dos jornais perante a internet.

<sup>102</sup> No momento de redação desta tese, a NBC Universal, da General Electric, estava em processo de fusão com a maior operadora a cabo dos Estados Unidos, a Comsat, que controla 25% do mercado de TVs pagas daquele país.

<sup>103</sup> É preciso, no entanto, admitir que a ideia persistente de dominação cultural por alguns países não pode ser reduzida a uma única dimensão de uma mídia “monolítica”, sem aferir a importância das injunções locais e regionais. Jeremy Tunstall, em 2008, defendeu uma direção oposta à conclusão a que chegou em 1977, quando escreveu *The Media Are American*. Ao examinar a intensa produção dos países emergentes, como a China, a Índia e o Brasil, o autor concluiu que os americanos perderam a propriedade, a influência e o agendamento midiático no mundo (TUNSTALL, 2008).

O mercado global dos chamados conteúdos terceirizados para fins editoriais (texto, vídeo, fotos e infográficos), vendidos pelas agências e *syndicators* (revenda de produtos concebidos pelos próprios veículos, como os vídeos feitos pelo *The New York Times* para portais importantes, como o UOL),<sup>104</sup> passou de US\$ 5,6 bilhões em 2006 para US\$ 7,8 bilhões em 2011. A comercialização de notícias no formato de vídeo é ainda mais evidente com o número cada vez maior de veículos sustentados em plataformas múltiplas e convergentes: a demanda terá dobrado entre 2006 e 2011 (US\$ 657 bi para US\$ 1, 217 bi), segundo pesquisa encomendada pela AP (BAKER, 2009).

O crescimento pode ser visto como resultado de dois fenômenos que precisam ser observados com cautela. O primeiro deles é a crise financeira dos grandes veículos nos maiores mercados para as agências (Europa e Estados Unidos) e o impacto dos prejuízos diante da cobertura internacional, ainda que a mesma não se manifeste de maneira homogênea. A audiência dos telejornais noturnos das três TVs americanas (NBC, ABC, CBS) representava 90% dos aparelhos ligados nos anos 1960, despencando para 30% no ano 2000 (RANTANEN, 2009). Entre 1980 e 2008, as redações das emissoras americanas foram reduzidas em média 50% e o número de telespectadores dos mesmos programas encolheu de 50 milhões para pouco mais 20 milhões (PEW RESEARCH, 2010).<sup>105</sup>

Em 2006, a tendência já era sinalizada: 83% dos jovens britânicos entre 15 e 24 anos só checavam notícias por meio de portais digitais (RANTANEN, 2009). Em novembro de 2009, o *The Washington Post*, que dois anos antes revelara, com alarde, o minucioso levantamento de Jim Carroll (2006) comprovando uma queda de 25% no número de correspondentes americanos nos jornais entre 2002 e 2006, anunciou o fechamento de sucursais em Nova York, Los Angeles e Chicago (CONSTABLE, 2007). Antes disso, entre 1989 e 2004, as emissoras dos Estados Unidos fecharam quase 50% dos seus escritórios no restante do mundo. A Comissão Europeia em Bruxelas demonstrou que, entre 2005 e 2010, o número de jornalistas estrangeiros credenciados caiu de 1.300 para 752 (SANTOS, 2010).

<sup>104</sup> Cf. <<http://tvuol.uol.com.br/#view/id=opinio-o-conflito-entre-judeus-e-palestinos-na-agricultura-0402993562E4C163C6/mediaId=6689153/date=2010-09-19&&list/type=tags/tags=16253/edFilter=editorial/time=month/>>. Acesso em: 19 set. 2010. Portais regionais brasileiros, como o Pernambuco.com e o JC Online, não têm orçamento para reprodução de vídeos.

<sup>105</sup> Um dos cortes foi anunciado pela rede ABC News em fevereiro de 2010, que planejava reduzir 25% de seu *staff* (STELTER; CARTER, *online*). Os tempos de prosperidade do *New York Times* também se foram: suas ações caíram de US\$ 49,18 cada em 2004 para US\$ 4,26 cada em 2009, e o jornal acumula uma dívida estimada em US\$ 1,1 bilhão (MOLINA, 2009). Outra razão apontada para o encolhimento do noticiário internacional é a fusão das grandes corporações com empresas jornalísticas, como o caso da ABC, assunto discutido amplamente por Ana Teresa Condé Pereira em tese de doutorado (2007).

No Brasil, uma pesquisa realizada em 2005 por Pedro Aguiar (2006) contabilizou 62 repórteres expatriados, um número que vem sendo reduzido ano após ano. Constata-se um movimento oposto nas duas principais emissoras abertas do país, Globo e Record, que, com equipamentos menores, como “kit-correspondente”, e transmissões de baixo custo, aumentaram e descentralizaram suas bases no exterior (ESPERIDIÃO, 2007).<sup>106</sup>

As agências logo perceberam os benefícios em torno desse naufrágio midiático, prevendo, quase vinte anos atrás, o cenário desolador que se formaria na mídia impressa com a contínua expansão da banda larga e a limitação de distribuição física da edição impressa. “Em tempos difíceis, nos tornamos uma grande barganha”, reconheceu um dos homens fortes da AP, Walter Mears (1992). O alto executivo lembra que os serviços das agências representam uma fração mínima do orçamento dos jornais e das emissoras. Na Espanha, o custo anual de um editor internacional de um jornal de médio porte equivale à assinatura anual da agência EFE, que descarrega 300 despachos diariamente, fluxo noticioso dez vezes superior ao que os jornais podem, de fato, publicar (MURO BENAYAS, 2006). Os custos para veículos operarem no exterior ainda são extremamente significativos: em 1933, os salários dos repórteres consumiam apenas 37% das despesas dos escritórios; hoje o percentual pode ter dobrado (RANTANEN, 2009). A manutenção mínima anual de um correspondente de jornal era estimada em US\$ 100 mil, em 1976 (RIGHTER, 1978); e entre US\$ 200 e 300 mil em 2006 (CARROLL, 2006).<sup>107</sup> Nas emissoras de televisão, o cálculo sobe a níveis bastante elevados; o orçamento anual do escritório da TV Globo em Londres, com apenas um correspondente fixo, supera US\$ 1 milhão.<sup>108</sup>

O segundo condicionante para justificar o quadro de crescimento das agências percebe-se na escalada dos portais que demandam fluxos contínuos de empresas especializadas em descarregar informes de modo contínuo. O faturamento da AP triplicou nos últimos 20 anos, e os portais em 2009 já representavam 17% de sua receita (FARHI, 2009). O resultado desemboca numa surpreendente uniformidade de conteúdos na internet e nas emissoras de televisão.

Dois estudos emblemáticos e desalentadores confirmam a tendência de um noticiário ainda mais homogêneo. O primeiro foi conduzido por Chris Paterson, que, entre 2001 e 2006, utilizando um programa de computador específico para identificar plágio, descobriu que, em

---

<sup>106</sup> A Record mantinha sete correspondentes no momento de redação desta tese. A Globo tem dois escritórios com estrutura de sucursais (Londres e Nova York) e seis correspondentes espalhados por Japão, África, Israel, Itália, Portugal e Argentina.

<sup>107</sup> Parker (1995) e Hester (1991) dizem que os custos já eram em torno de US\$ 250 mil anuais, na década de 1980.

<sup>108</sup> Dados fornecidos à autora pelo correspondente Marcos Losekann.

seis portais (AOL, Yahoo!, Nando, Lycos, Excite e AltaVista), 85% das notícias em destaque eram simplesmente cópias duplicadas ou recicladas (com algumas mudanças textuais) de reportagens da Reuters e da AP. No site do canal de TV americano ABC, o uso literal do conteúdo disponibilizado pelas agências chegava a 91% do total das notícias. Mesmo em jornais com razoável investimento em coberturas independentes e internacionais, como o *The Guardian*, 62% do total postado havia sido coletado pelas agências (PATERSON, 2006). A rede britânica BBC, que tradicionalmente se sobressai pelas reportagens originais, foi uma exceção: a utilização do volume terceirizado alcançou apenas 9%.

A segunda investigação realizada por Denis Wu avaliou 1.258 notícias internacionais da CNN e do *The New York Times*, durante duas semanas de 2003. O autor percebeu que os portais das duas empresas eram bem mais influenciados pelo material bruto fornecido pelas agências do que pelos telejornais e pela versão impressa do jornal (WU, 2007).<sup>109</sup>

Todavia, é preciso admitir que as teorias dos fluxos noticiosos hegemônicos e assimétricos também se encontram debilitadas. Em 2010, durante o congresso da Organização das Agências de Notícias da Ásia-Pacífico (OANA), que reúne 40 empresas de 33 países, Young Jae Choi sustentou a hipótese de que poderia ser falha a postulação de que os grupos midiáticos mundiais tendem apenas a reproduzir os padrões do Ocidente, negligenciando, portanto, as regiões “periféricas”. No artigo apresentado durante o evento, Choi mostrou que, durante 10 dias de 2009 (de 4 a 13 de julho), em nove agências de notícias localizadas na Ásia,<sup>110</sup> 33% de 796 itens escolhidos para serem avaliados tinham como fonte primária de informação a agência chinesa Xinhua. O volume de aproveitamento da Xinhua nos sites das agências asiáticas equivalia a todos os outros despachos emanados pelas maiores empresas do Ocidente. A Associated Press (AP) teve apenas 5% do material republicado nessas agências; a Agence France Presse (AFP), 17%; e a Reuters, 11%. Seria, na visão do autor sul-coreano, uma tendência de contrafluxo, um sinal de que a China se apresenta fortemente no espaço público midiático antes dominado apenas pela Europa e Estados Unidos, pelo menos no âmbito das agências de alcance regional ou mesmo local (CHOI, 2010).

De fato, a internet ruiu as estruturas e até esvaziou os antigos conceitos que separavam as agências como fornecedoras de conteúdos exclusivamente para empresas. Tanto a Reuters

---

<sup>109</sup> Os exemplos se multiplicam. No seu polêmico livro *Flat Earth News*, Nick Davies (2008) mostra que, em cinco jornais de maior prestígio na Grã-Bretanha, 80% das notícias publicadas sobre o país tinham sido construídas por fontes terceirizadas, *press releases* de companhias de relações públicas e assessorias de imprensa, mas, fundamentalmente, pela agência nacional Press Association (PA). 65% dos principais telejornais reproduziam os acontecimentos locais fornecidos pela PA.

<sup>110</sup> Respectivamente: Yonhap (Coreia), China View (China), Kyodo (Japão), Bernama (Malásia), PNA (Filipinas), TNA (Tailândia), PTI (Índia), Antara (Indonésia), VNA (Vietnã).

como a AP desenvolveram plataformas para falar diretamente com o consumidor, como descrito no capítulo anterior. O site da Reuters já era um dos 15 mais visitados pelos internautas em 2006 (MURO BENAYAS, 2006), enquanto a AP criou em 2008 um departamento voltado para desenvolver aplicativos de acesso à internet para telefones celulares. Até março de 2009, o AP Mobile teve dois milhões e meio de downloads pelos clientes do iPhone e do Blackberry, com vídeos pagos por anúncios publicitários. O modelo de negócios que se sustentou durante um século agora sofre adaptações em resposta às novas tecnologias e competições. A AFP criou programas para clientes que desejam formar sua própria comunidade de “cidadãos repórteres”. Quando a UPI entrou em colapso, a partir dos anos 1980, o grupo das três maiores agências (AP, Reuters e AFP) passou a enfrentar mais pressão da EFE, DPA e ANSA, que deixaram de atuar em mercados locais e passaram a explorar, com mais intensidade, suas esferas supranacionais. Assim, a EFE se comporta muito mais como uma agência latino-americana do que espanhola, assim como a DPA fica mais centro-europeia do que propriamente alemã e a Intar-Tass, mais asiática do que russa (MURO BENAYAS, 2006). A Reuters, antes “porta-voz” do império britânico, que passou para as mãos de jornais britânicos depois da Segunda Guerra, abriu seu capital na bolsa de valores de Londres e foi absorvida por um outro conglomerado midiático, o grupo canadense Thomson Corporation.<sup>111</sup> Hoje, disputa o painel informativo financeiro com as especializadas no assunto (Bloomberg e Dow Jones, subsidiária da News Corporation, de Rupert Murdoch). A AP continua com o modelo cooperativado e é propriedade de mais de 1.200 jornais americanos, embora menos de 25% de sua receita provenham de seus membros. A AFP desde 2007 vem tentando se inserir internacionalmente na distribuição de vídeos e é uma entidade pública operando comercialmente. No seu estatuto, diz que “não pode, em nenhuma hipótese, se deixar influenciar por qualquer questão que possa comprometer a exatidão ou a objetividade da informação”. Acrescenta que tampouco “pode ter sua produção controlada, de fato e de direito, por questões ideológicas, políticas ou econômicas”.<sup>112</sup>

Os quadros a seguir resumem e tipificam as operações comandadas pelas três maiores agências globais:

---

<sup>111</sup>Em 17 de abril de 2008, o grupo canadense Thomson confirmou que controlaria 53% das ações da empresa, adquirida por US\$ 17,2 bilhões, e que agora se chamaria Thomson Reuters Corp. No dia do anúncio da compra, apresentou-se ao mercado como “a maior empresa de informação mundial, oferecendo vários tipos de consultoria e serviços ligados a segmentos financeiros, bancários e de saúde”. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/businessNews/idUSN1438977620080417?feedType=RSS&feedName=businessNews>>. Acesso em: 17 abr. 2008.

<sup>112</sup> Disponível em: <<http://www.afp.com/afpcom/pt/corntent/afp/nossa-historia>>. Acesso em: 18 jul. 2010.

## Cenário atual das agências

	AP-Associated Press (EUA)	Thomson Reuters (Canadá/Grã-Bretanha)	Agence France Presse (França)
Sucursais gerais	243	197	140
Países onde atuam	121	132	165
Idiomas em que produzem	3	19	6
Jornalistas	3.000	2.700	1.400 e 700 freelancers fixos

**Figura 06** Ranking das três maiores agências de notícias do mundo

Pedro Aguiar (2010, p.14) dimensionou o grupo num contexto mais amplo e elaborou esta tabela:

Tamanho das 10 maiores agências internacionais de notícias						
Agência	Sede	Fundação	Despachos/dia	Escritórios	Países	Clientes
AP	Nova York	1848 <sup>113</sup>	300	243	97	16.530
Reuters	Londres	1851	6.849 palavras	197	130	500.000
AFP	Paris	1835	5.000	110 <sup>114</sup>	165	n/d
EFE	Madri	1939	2.767 palavras	181	120	n/d
Tass	Moscou	1925	300	130	63	n/d
DPA	Hamburgo	1949	280	119	80	3.000
Ansa	Roma	1945	270	105	79	n/d
Bloomberg	Nova York	1982	4.000	135	150	170.000
Kyodo	Tóquio	1945	500	50	50	n/d
Xinhua	Pequim	1931	1.000	n/d	138	n/d

**Figura 07** As 10 maiores agências internacionais de notícias

<sup>113</sup> Adota-se nesta tese a revisão da data feita pela própria AP. Ou seja, 1846 é oficialmente o ano de lançamento da AP (MEARS, 2007).

<sup>114</sup> O dado deste autor já se encontra desatualizado.

## Divisão audiovisual das agências

	APT (desde 1994, fusão da APTV com a WTN)	Reuters TV (desde 1992, quando comprou a Visnews)	AFPTV (desde 2007)
Emissoras	550 em 113 países. Alega que alimenta o noticiário de 88% das principais emissoras mundiais	611 em 108 países. Em 2007, produziu 54 mil vídeos e dois milhões e meio de manchetes mundiais	Não disponível
Sucursais onde há equipes voltadas para a divisão audiovisual	89 em 67 países	85 em 60 países	12 equipes fixas em 40 países
Média de vídeos gerados	300 por dia	200 a 250 por dia	500 por mês

**Figura 08** Cenário atual da divisão audiovisual das três agências

Para concluir, a comoditização da informação, a privatização dos satélites, a partir dos anos 1970, e a eliminação da competitividade fortaleceram as agências de notícias internacionais. Há mais de 170 anos essas empresas vendem muito mais que notícias. Negociam, na verdade, uma garantia de cobertura, uma visão do mundo: projetada como crível e diversa, apesar das críticas acerca de seus conteúdos, geralmente vinculados em demasia aos interesses das superpotências. A partir desse conjunto de assertivas intenta-se compreender melhor como funcionam os processos fabris da APTN e Reuters TV, além das relações com os clientes e os novos embates travados num mercado em ebulição.

## CAPÍTULO III

### PROCESSOS: A FÁBRICA GLOBAL DAS NOTÍCIAS

Olhar para trás em quase dois séculos de história das agências ajuda a entender desde as mudanças institucionais até como essas empresas foram avaliadas dentro do fluxo informacional internacional. O afrouxamento das regulações dos sistemas de telecomunicação abriu um vasto campo para canais de tevê por assinatura, naturalmente sedentos por conteúdos audiovisuais difundidos a preços módicos. A AP, a Reuters e a AFP se mantiveram no topo do fornecimento dos informes noticiosos, beneficiadas pela falência do capital simbólico da UPI. A intenção neste capítulo é identificar os processos de produção (apuração, captação, tratamento, organização e distribuição) da APTN e da Reuters TV, percorrendo também sobre as características de seus produtos e serviços.

#### 3.1 O ecossistema noticioso do telejornalismo internacional

*Porque nós cobrimos uma história, você está coberto também.*<sup>115</sup>

Nos últimos 20 anos, a Reuters TV e a APTN foram imbuídas de uma capacidade tecnológica extraordinária para desenvolver uma mercadoria embrenhada e acomodada à logística das emissoras de televisão. Simultaneamente, a oligopolização, o mais temível impasse à democracia informativa, também se configurou no horizonte dessas empresas. A então APTV comprou a World Television News (WTN), e a Reuters TV, que já havia adquirido a Visnews, agora é uma subsidiária do grupo Thomson, um dos impérios midiáticos de “segundo escalão” (*second-tie*), como classifica Robert McChesney (2000, p. 88).

Comprometidas e fixadas sobre os rastros do ideário neoliberal, as agências enfrentam um mercado aparentemente competitivo, mas que, paradoxalmente, acredita Robert McChesney (2005), se assemelha mais a um cartel do que propriamente a um ambiente de concorrência econômica formal, na qual, teoricamente, haveria um rol de jogadores. Assim

---

<sup>115</sup> “Because we have the story covered – you are covered too.” Anúncio *online* para os clientes da APTN. Cf. <<http://www.aptn.com/>> Acesso em: 20 out. 2009.

como as regras que governam o comércio internacional, a revenda de notícias não está imune à mercantilização em excesso das relações sociais.

Antes de relacionar o inventário das operações da APTN e Reuters TV, busca-se ilustrar como funciona a atual cadeia informação audiovisual voltada para a editoria internacional dos telejornais mundiais. Para explicar os distintos campos neste cenário mercantil de notícias, com seus desníveis, assincronias e fraturas, é importante retomar aqui dois conceitos cunhados por Oliver Boyd-Barrett (1980, 2008), já abordados no capítulo anterior.

As empresas *atacadistas* revendem imagens a seus clientes (no caso, as emissoras-assinantes de seus serviços), enquanto as *varejistas* transmitem as imagens das agências diretamente para os consumidores, desta vez, revisando-as, reeditando-as, e finalizando-as com (ou sem) seus próprios correspondentes, caso da TV Globo, da TV Record, de a americana CNN ou de a italiana RAI.

Essa analogia, emprestada do comércio tradicional, diz respeito ao modo como fabricantes, lojistas e consumidores se correlacionam. As lojas que vendem em atacado negociam apenas para empresas que revenderão ao consumidor final. Os *atacadistas* costumam orientar os *varejistas* sobre as tendências e o modo como disponibilizar os produtos estrategicamente para atrair o consumidor (o que está na moda ou, por exemplo, as novidades da indústria). Na transmutação de acontecimentos em notícias, ou seja, no caminho entre a matéria-prima e sua “embalagem”, esse processo é também evidente. As agências pautam as emissoras do mundo, à medida que selecionam o que deve ser destacado no noticiário, e as emissoras de alcance regional também se miram nos valores-otícia adotados por canais globais, como a CNN e BBC (THUSSU, 2006).

As distinções entre *atacado* e *varejo* navegam por mares turbulentos tendendo a desaparecer em razão de novas alianças multilaterais entre as empresas (BAKER, 2009; PATERSON, 2010b). Nesse sentido, a rede de tevê internacional CNN, por meio de sua agência, a Newsource, possibilita a circulação de suas imagens e entrevistas para as emissoras com as quais tem contrato (é atacadista, portanto), mas ao mesmo tempo também exhibe os vídeos das agências para o telespectador, assumindo uma face híbrida. É, igualmente, “cliente” das agências e sua grande “rival”.

São movimentações carreadas pela tecnologia digital que podem alterar a natureza das agências, apesar de exercerem mínimo impacto na obstrução dos seus padrões de noticiabilidade. Reconhece-se que essas questões requerem tratamento específico, portanto, elas serão aprofundadas no próximo capítulo, quando já terá sido explicada a fórmula segundo

a qual as agências aqui estudadas planejam e executam a emanção e assimilação dos seus conteúdos.

Para elaborar a figura icônica do fluxo comunicacional internacional, foram prospectadas informações junto às agências (por meio de seus portais e de visitas às suas sedes) e em pesquisas específicas sobre suas operações (JOHNSTON, 1995, 1998; PATERSON, 1997, 1998, 2010a). As empresas aqui estudadas não têm uma documentação sistematizada ou histórica sobre seus investimentos no segmento audiovisual, com exceção de dois únicos artigos escritos pelo principal executivo da APTN, Nigel Baker (2004, 2009), profissional que fez carreira na AP e se notabilizou por ter implantado o serviço focado nas emissoras.

Além das dificuldades já apontadas, as próprias empresas negligenciaram esses departamentos. No livro de 400 páginas escrito há quase 20 anos pelo historiador oficial da Reuters, Donald Read, a Visnews, que já estava em vias de ser totalmente adquirida pela Reuters, é citada apenas quatro vezes, mesmo assim de modo superficial (READ, 1992). A Associated Press, por sua vez, sintetizou sua história na cobertura de guerras, atentados e conflitos, mas não incluiu as transmissões simbólicas da sua divisão destinada ao telejornalismo (Associated Press, 2007).<sup>116</sup> Por fim, compilações recentes sobre a cobertura internacional deixam mais dívidas do que contribuições, ao suprimir as agências do debate em torno do novo modelo de repórteres expatriados e sua inserção na práxis jornalística (PERLMUTTER; HAMILTON, 2007).

Esta pesquisa defende que o fluxo de notícias internacionais destinado às emissoras é comandado principalmente por três grandes jogadores da arena midiática:

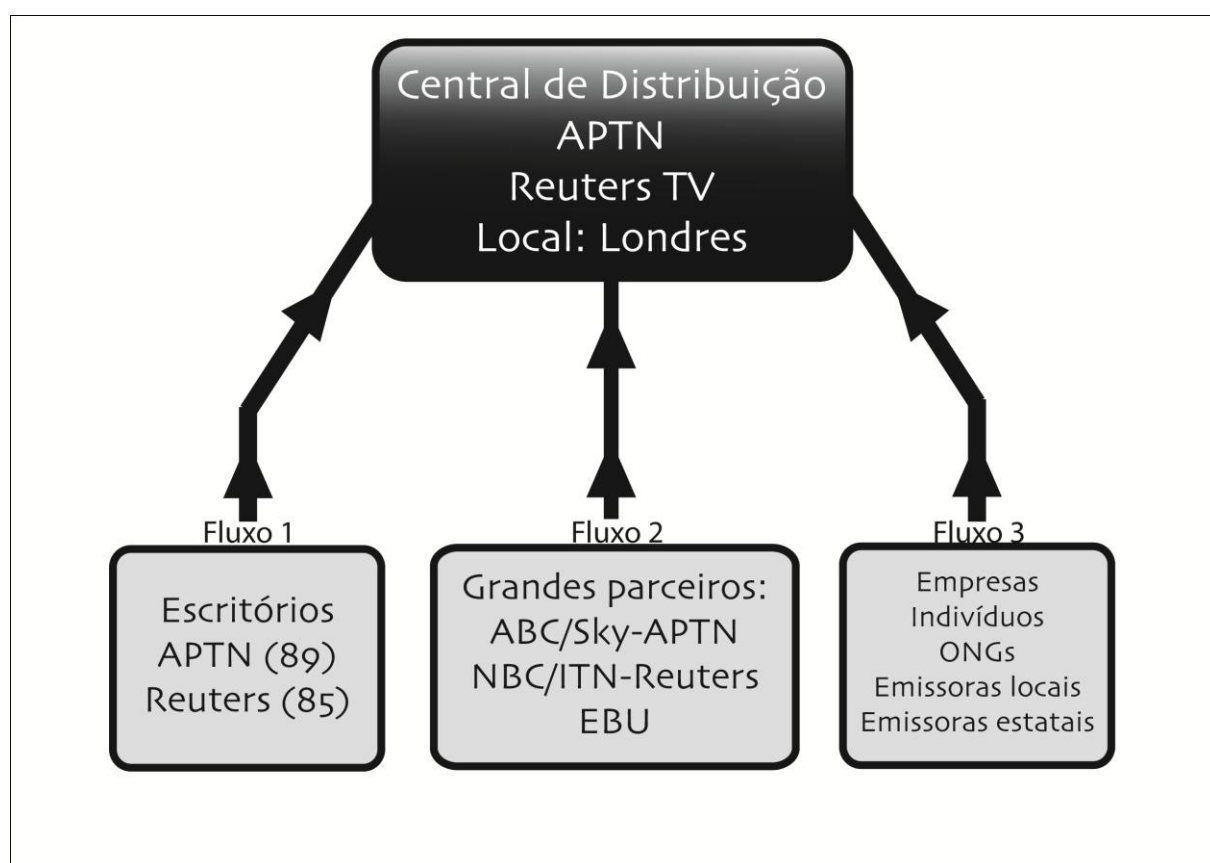
- 1) A APTN e a Reuters TV, que vendem imagens para seus clientes, sejam eles portais como o Terra TV ou emissoras de televisão, como a TV Globo e a TV Bandeirantes ou a mexicana Televisa;
- 2) As emissoras de televisão de alcance mundial, com vasta atuação para além de seus países de origem (Sky News, ABC, NBC, CBS e CNNI);
- 3) Os consórcios, cooperações e parcerias entre emissoras públicas e privadas com ou sem fins lucrativos, sendo a maior delas representada pela European Broadcasting Union (EBU).

---

<sup>116</sup> Não há sequer menção ao fato de que a APTN ganhou vários prêmios, como, por exemplo, pela cobertura dos atentados de 11 de Setembro de 2001 e da escola em Beslan, atacada por terroristas da Chechênia em 2004. Cf. <[http://www.aptn.com/aptn/website\\_2005/press\\_and\\_jobs.nsf/\(httpPressReleases\)/0AC3571A8B4B8B8180257085004E6ABF?OpenDocument&year=2005](http://www.aptn.com/aptn/website_2005/press_and_jobs.nsf/(httpPressReleases)/0AC3571A8B4B8B8180257085004E6ABF?OpenDocument&year=2005)> . Acesso em: 9 abr. 2009.

Os três grupos encontram-se interligados simbioticamente, como um ser vivo que precisa ser irrigado: o corte em uma das artérias pode comprometer toda a circulação sistêmica da informação. As ciências biológicas ajudam a iluminar a compreensão da complexidade atual da gama midiática, que mais se espelha a um *ecossistema*, pois remodela a forma de consumo e prospecção da mercadoria noticiosa, bem como põe em xeque a sobrevivência dos meios tradicionais, como os jornais.<sup>117</sup>

Dentro da atual lógica industrial definida por Manuel Castells (2005a), empresas midiáticas globais são aquelas que operam em função de uma série de ligações e parcerias entre outras empresas, vinculações essas que somente são possibilitadas por meio de dispositivos tecnológicos. Na figura a seguir, mostra-se como a coleta e a distribuição dos informes audiovisuais das agências de notícias se sustentam num tripé relativamente simples, baseado em três fluxos paralelos:



**Figura 09** Tripé de irradiação de imagens das agências

<sup>117</sup> Para o debate sobre o fim dos jornais, ver *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*, de Philip Meyer (2008), que aponta 2043 como a data da morte oficial dos jornais impressos. No Brasil, não causou surpresa que o *Jornal do Brasil*, lançado em 1891 e ícone do jornalismo nacional, tenha deixado de circular em 2010, funcionando apenas em sua versão *online*, depois anos de prejuízo acumulados. Cf. < <http://tributoaojb.wordpress.com/>>. Acesso em: 20 jan. 2011.

No fluxo 1, as agências retransmitem aos seus clientes (emissoras assinantes dos seus serviços) reportagens produzidas por meio de suas próprias unidades de apoio, suas equipes exclusivas de repórteres e cinegrafistas, espalhadas pelo mundo (na APTN, são 89; na Reuters TV, 85). Todo o volume de produção é enviado à Central de Distribuição, a sede das agências, instalada desde os tempos de suas antecessoras em Londres, na Inglaterra.

No fluxo 2, as agências recebem imagens diretamente de grandes parceiros, aqueles clientes com maior abrangência de cobertura em seus países de origem e no mundo. Nessa parceria encontra-se também outra agência internacional com estrutura jurídica diferenciada, a EBU. No momento de redação desta tese, a APTN detinha os direitos exclusivos de redistribuição das imagens e entrevistas da rede americana ABC e da britânica Sky News. Na outra ponta do processo, a Reuters se afilia à americana NBC e à britânica ITN. Essas junções sempre balizaram e constituíram o negócio *atacadista-varejista* desde os tempos da Visnews e UPITN.

Ocorre que essas alianças propiciam duas consequências controversas. Primeiro, são esses clientes de primeiro escalão que determinam as prioridades na cobertura, eliminando temas e regiões que não sejam de seus interesses e presumindo, portanto, uma uniformidade de conteúdos nas agências. Segundo, os entrelaces sugerem também distorções monopólicas: na primeira Guerra do Golfo, em 1991, foi o acordo com a extinta Word Television News, a WTN, que possibilitou que a CNN dominasse as transmissões ao vivo por três semanas seguidas (JOHNSTON, 1995).

Finalmente, no fluxo 3, as agências compram ou adquirem sem custos (a depender dos contratos) reportagens exibidas pelas emissoras comerciais ou públicas de menor escala, como Globo, Record, Televisa e CCTV, tendo acesso também aos vídeos realizados por produtoras de vídeo. No termo usado pela AP e Reuters, esses são os *uppicks*: processo de coleta de material terceirizado, aquilo que já foi editado por outra emissora.<sup>118</sup> Há, ainda, unidades cedidas por indivíduos e empresas, além de outras disponibilizadas por ONGs de atuação internacional.

As duas figuras a seguir são adaptações a tentativas anteriores para ilustrar o ciclo informacional do fluxo noticioso internacional, elaboradas pelos professores Chris Paterson (1998) e Simon Cottle (2009).<sup>119</sup> Como qualquer cadeia produtiva, há níveis hierárquicos

---

<sup>118</sup> Na prática, um funcionário da agência se dirige até a emissora e tem acesso às imagens da reportagem.

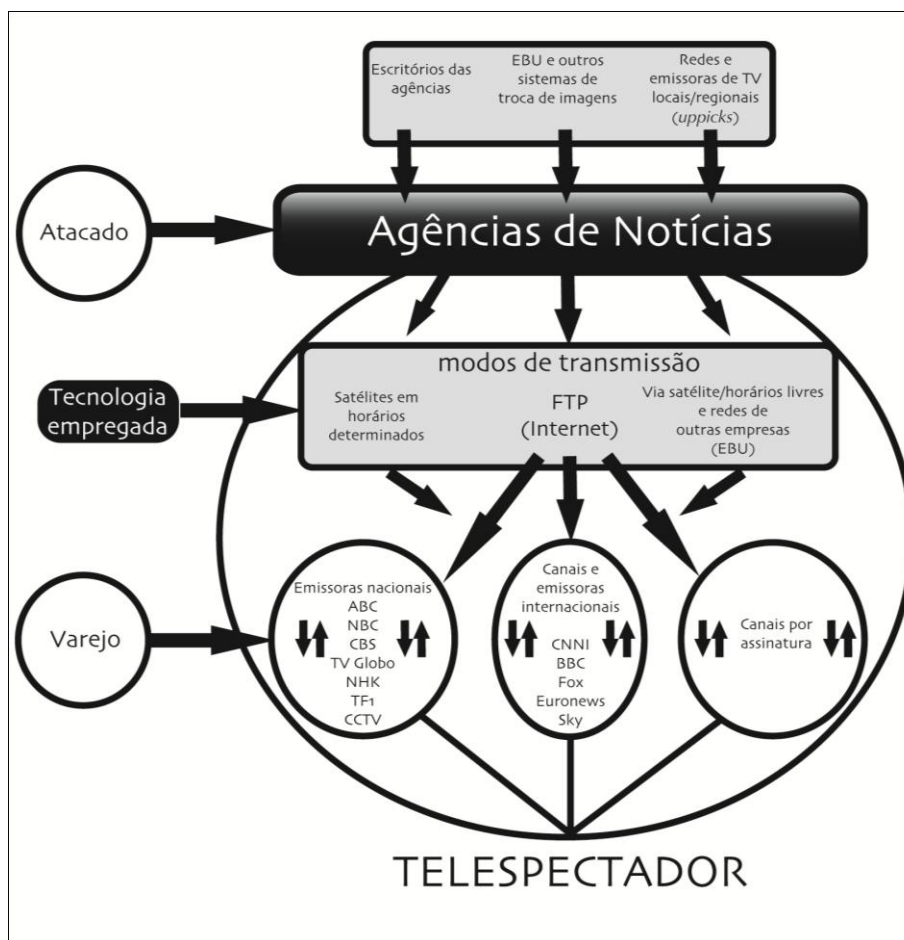
<sup>119</sup> Considera-se aqui que os sistemas de distribuição e fluxo do noticiário internacional desenhados por Wallis e Baran (1990) e Larson (1987) já estão muito defasados, pois foram pensados antes da consolidação da internet.

flexíveis e paralelos, nos quais integrantes se nutrem uns dos outros para sobreviver, o que desencadeia relações de competitividade, dependência e fortalecimento.

Aqui incorpora-se a metáfora de uma *ecologia de notícias* (*news ecology*) genericamente definida por Cottle (2009, p. 176) “como redes complexas de diferentes tipos e formas de fluxos noticiosos na direção local-global, que interagem e se misturam, absorvendo novos veículos e plataformas, e preservando anteriores”. Dan Gillmor (2010, p. 51) fala da evolução de um “*ecossistema jornalístico*”, para marcar as contradições e surpresas deste novo ambiente. É no âmbito desses dois conceitos que se pode especular que a TV Globo e a Al-Jazeera sejam membros *flutuantes* da cadeia. Ou seja, as duas emissoras podem estar alocadas num patamar mais extremo (ou mesmo secundário) de uma cadeia produtiva, ao mesmo tempo em que podem se deslocar para o topo dela, influenciando e pautando os demais veículos.<sup>120</sup>

---

<sup>120</sup> Durante a primeira semana de cobertura do terremoto do Haiti, por exemplo, tanto a Reuters como a AP se viram pressionadas a adquirir (comprando, no caso da AP, e em sistema de permuta, no caso da Reuters) uma reportagem da TV Globo, na qual se registrava o resgate de uma mulher (ENVIADOS..., 2010). Em 2011, a rede de tevê Al-Jazeera teve acesso exclusivo a documentos secretos obre o processo de paz no Oriente Médio, ao mesmo tempo em que continua banida e censurada nos Estados Unidos, justamente por mostrar as recentes revoltas populares das ditaduras árabes, apoiadas pelos americanos.



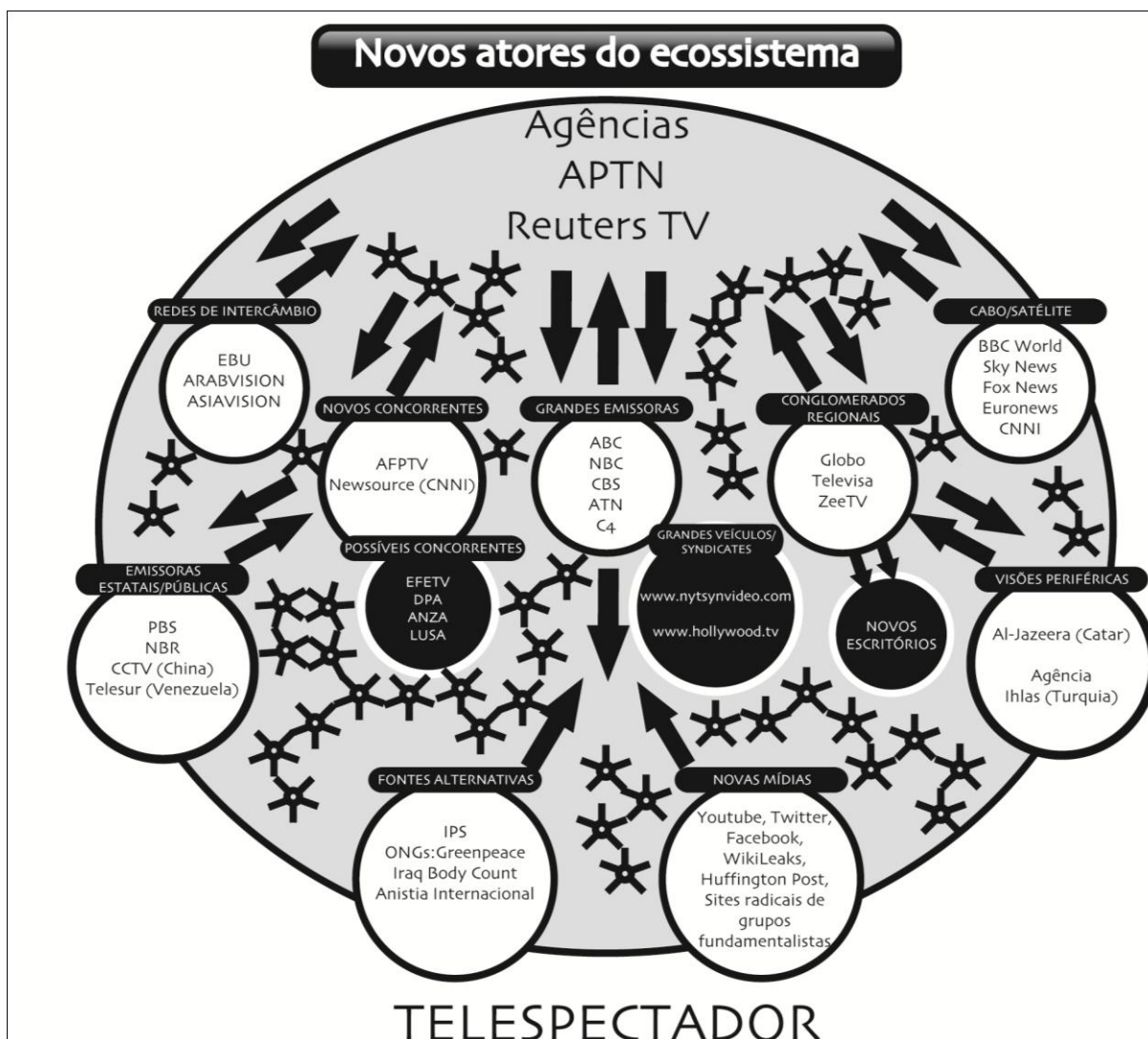
**Figura 10** Principais fontes, modelos e formas de distribuição das agências<sup>121</sup>

Já na Figura 11 incluem-se novos atores na mesma cadeia: aqueles que partem para um confronto mercadológico, os portais e as redes sociais, que ganharam voz em meio à gama midiática tradicional. Destaca-se, particularmente, o YouTube, pertencente ao gigante Google, maior site de buscas do mundo, além do Facebook e do WikiLeaks. Inserem-se também as empresas que podem, em breve, provocar danos à liderança AP-Reuters, como a AFPTV, embora ainda limitada à geração de 500 vídeos por mês, produzidos por apenas 12 sucursais dedicadas às transmissões de vídeo. A figura permite, ainda, visualizar o grupo definido por Daya Thussu (2006) como guardiões de um contrafluxo (a rede Al-Jazeera e a agência turca Ihlas, alternativas para assuntos relacionados ao Oriente Médio).<sup>122</sup> O esquema aqui exposto abarca organizações midiáticas distintas (comerciais, cooperativas, estatais, públicas), localizadas em centros urbanos do Ocidente e Oriente, dos eixos Sul e Norte do

<sup>121</sup> Fonte: Adaptação da autora de figura elaborada por Paterson (1998, p. 81).

<sup>122</sup> No site oficial, a Ihlas News Agency se coloca como a “terceira maior agência do mundo levando em consideração sua capacidade de ter acesso ao noticiário internacional”. Diz que reproduz 125 segmentos de vídeo diariamente, tem 155 escritórios, 700 repórteres e 400 câmeras. Cf. <HTTP://www.ihavideo.net/static\_content.jsp?type=about&banner=no&bottom=no>. Acesso em: 20 nov. 2009.

planeta. Todos se nutrem de uma mesma cadeia informacional, trocando imagens e informações, que finalmente chegam às telas do consumidor:



**Figura 11** A atual ecologia global das notícias para o telejornalismo<sup>123</sup>

### 3.2 A linha de montagem

De volta aos processos fabris das agências, é preciso salientar a ordem socioeconômica que conduziu as agências à estabilização financeira. O funcionamento das empresas da metade do século 20 até os dias de hoje vem sendo reestruturado, apoiado, na concepção de Harvey (2008, p. 140), pela “flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo”. Movimento que Harvey prenuncia como uma

<sup>123</sup> Adaptação de Cotlle (2009, p.18).

“acumulação flexível” do capitalismo na pós-modernidade, opondo-se à rigidez do fordismo,<sup>124</sup> no tocante às relações entre trabalhadores e suas empresas.

A metáfora da *fábrica global* é usada por Octavio Ianni (2005, p. 67) justamente pelo autor compreender que ela representa as operações fragmentadas das empresas que operam numa escala impensável, cujo capital ubíquo se move em pontos extremos do planeta, “assim como mares e oceanos”. “A fábrica global instala-se além de toda e qualquer fronteira, articulando o capital, tecnologia, força de trabalho e outras forças produtivas. [...] Promove o redimensionamento de espaços e tempos” (IANNI, 2005, p. 19).

Os grupos empresariais midiáticos eletrônicos e impressos não fugiram a esses novos arranjos. As rotinas de produção e distribuição de informação das agências se dá de modo centralizado e, ao mesmo tempo, diluído e flexibilizado. Por exemplo, a Reuters TV tem hoje 35 *stringers*, isto é, repórteres cinematográficos não contratados formalmente, espalhados pelo Iraque. Por meio de plataformas múltiplas (via internet, satélites tradicionais ou pelo Broadband Global Area Network, o Bgan),<sup>125</sup> esses colaboradores disparam suas imagens para um dos “nós” do Oriente Médio (escritórios em Bagdá, Amã e Beirute). Essas bases então checam e refinam esses vídeos, e depois os enviam diretamente para o epicentro das agências, em Londres, que, na última camada do processamento, reembala os “pacotes” audiovisuais e coloca-os em circulação para os demais clientes.<sup>126</sup>

Em outros termos, não importa mais onde se encontram as “fábricas” da nova economia global, a informacional. As cadeias produtivas reinventaram-se e os centros de comando “coordenam, inovam e gerenciam atividades interligadas das redes de empresas” (CASTELLSa, 2005, p. 469).

Ainda que Castells estivesse mais preocupado com as redes tecnológicas de grandes corporações, sem um direcionamento teórico específico às agências de notícias, podemos aplicar suas postulações a essas empresas, que sedimentaram modelos de prospecção e difusão de informação baseados justamente na prestação de serviços, de modo descentralizado. No quadro abaixo, pretende-se reforçar como as agências coletam

<sup>124</sup> Termo inspirado na figura simbólica de Henry Ford, dono de uma fábrica de automóveis nos Estados Unidos. Em 1914, Ford inaugurou uma nova divisão social do trabalho, aumentando radicalmente a produtividade e criando o “homem consumidor”. Mas a questão, claro, é muito mais complexa, como admite David Harvey (2008) em seu ensaio sobre a pós-modernidade.

<sup>125</sup> Pela internet, é preciso se conectar a um servidor em rede e depositar um determinado arquivo. O servidor funciona como uma espécie de ponto intermediário para o receptor, que vai ao mesmo endereço e baixa o mesmo arquivo. Na geração por satélite, há apenas um ponto de emissão para recepção. O Bgan é um serviço móvel de satélite, um aparelho compacto que permite transmissões de dados, voz e vídeos de lugares remotos.

<sup>126</sup> Informações de Victor Antonie, diretor da Reuters TV para as Américas. Cf. <<http://www.blip.tv/file/795651>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

informação até chegar aos seus assinantes, o cliente/emissora ou um portal de notícias na internet:

## Fluxo de prospecção de imagem

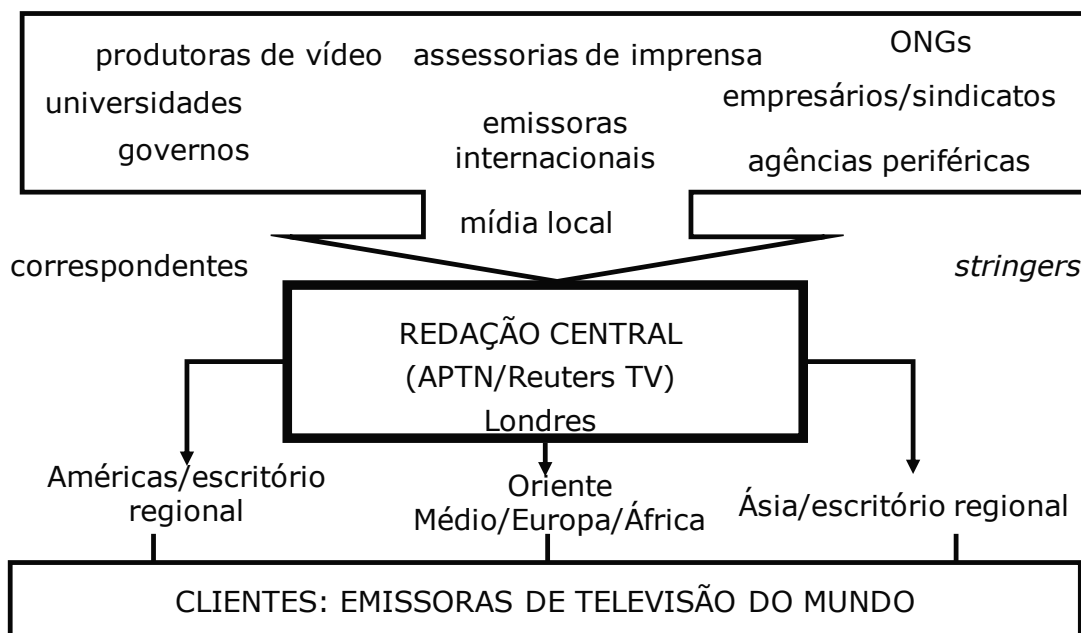


Figura 12 Fluxo de prospecção de imagem das agências<sup>127</sup>

Belchelloni (*apud* ALSINA, 2009) nos instrui a pensar em outras duas lógicas produtivas das organizações midiáticas na era do capitalismo global: a lógica da cultura de massas e a lógica do jornalismo de atualidade. É sob esses três horizontes (jornalismo, serviços e consumo) que a “linha de montagem” das agências drena o fluxo informacional mundial.

No capítulo anterior, resgatou-se como e por que Londres foi escolhida como a sede das principais agências telejornalísticas, desde os anos 1960. A cidade não se tornou um ponto nodal (a “sede das fábricas”) por acaso. Com a infraestrutura tecnológica consolidada, Londres se projetou como uma “capital midiática” para onde todos os países miravam quando o sol se punha: a metrópole que não para, no coração do planeta, um símbolo da elite europeia. Uma faixa exposta na entrada do prédio da Reuters, em 1951, na Fleet Street, traduzia esse pensamento: “Aqui é o centro das notícias do mundo”.

<sup>127</sup> Figura com adaptações ao esquema elaborado por Pedro Aguiar, durante palestra Jornalismo Internacional e Cidadania Global, na ECO/UFRJ, em 28 de setembro de 2009.



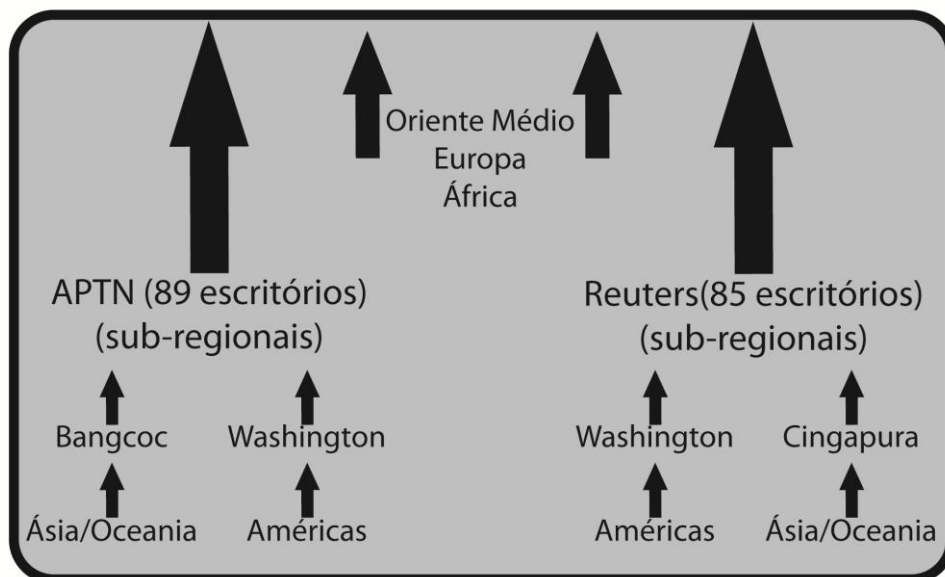
**Figura 13** Reprodução de foto da agência Reuters em 1951<sup>128</sup>

Mesmo a americana AP, cujo escritório central é localizado em Nova York, decidiu manter a sede de sua divisão audiovisual no bairro londrino de Camden Town, enquanto a Thomson Reuters TV se mudou para o velho porto de Canary Wharf, área revitalizada da capital inglesa. Ao longo das últimas duas décadas, porém, as divisões audiovisuais da AP e Reuters implantaram uma rede paralela de subcentros, cuja tarefa é ganhar autonomia e gerenciar as unidades de apoio. A Figura 14 evidencia a dinâmica de funcionamento dos escritórios das agências.

---

<sup>128</sup> Fonte: Read (1992, s/p)

## Central de Distribuição e sede das agências: Londres



**Figura 14** Modelo radial das agências telejornalísticas

A sede das agências (em Londres), espécie de centro de decisões editoriais, é interligada a três núcleos. O primeiro funciona dentro da própria sede, em Londres, e responde diretamente pela produção de reportagens da Europa, África e Oriente Médio. O segundo é localizado em Washington, nos Estados Unidos, que tem estrutura e autonomia para editar os vídeos capturados por suas equipes nas três Américas e fibra permanente de geração. Washington acompanha toda a produção da região e só então distribui as reportagens para o quartel-general, em Londres. O terceiro núcleo capitaliza o material prospectado na Ásia. Na prática, os escritórios de Bangcoc (AP) e Cingapura (Reuters) cumprem a mesma rotina de Washington. Nenhum dos *bureaus* da Ásia se reporta diretamente à sede: precisam se dirigir primeiro ao núcleo sub-regional e só posteriormente as reportagens chegam ao servidor da matriz, em Londres.

Na figura abaixo explora-se o funcionamento das agências no Brasil, subordinadas ao núcleo de Washington. O escritório brasileiro segue as mesmas normas e rotinas das sucursais de outros países da América Latina. Tanto a APTN como a Reuters TV trocam e compram reportagens das emissoras comerciais brasileiras, cuja grade de programação dedicada ao

jornalismo permite que se forneça um volume noticioso diário para as agências. Do Rio de Janeiro, o material é encaminhado para Washington, onde é editado e revisado. Após o primeiro tratamento, o mesmo é disseminado para Londres, que, finalmente, distribui as imagens por meio de sua rede de assinantes (inclusive do Brasil) <sup>129</sup> e pela EBU.



**Figura 15** Dinâmica de funcionamento dos escritórios da APTN e da Reuters TV

<sup>129</sup> É importante frisar que muitas reportagens enviadas ao Brasil têm uso proibido no país. Por exemplo: se a Globo cedeu imagens de um incêndio florestal, não vai querer que os telejornais da Record utilizem esse conteúdo em seus telejornais. Por isso, há restrições de reprodução, inclusive para os portais. Veja exemplos nos anexos.

Embora tenham capacidade e mobilidade para injetar no sistema suas produções regionais, os núcleos das agências são ainda submetidos às limitações orçamentárias e editoriais, conduzidas pela sede, diz o diretor da APTN, Sandy MacIntyre:

Você pode descentralizar várias operações, mas para garantir a legitimidade da informação precisamos que Londres ainda seja um centro de decisões. Talvez a gente ganhe mais um escritório regional, que permita o envio mais rápido de reportagens de algumas regiões. Mas o controle editorial precisa passar por nós, é uma questão de hierarquia mínima. Imagine se vocês aí do Brasil iriam permitir, por exemplo, que um repórter filmasse as enchentes de Florianópolis e depois colocasse no ar a matéria em rede nacional, sem que nenhum editor no Rio ou São Paulo avaliasse tudo. Seria um caos.<sup>130</sup>

### 3.2.1 Apuração

A etapa mais polêmica de produção das agências diz respeito à prospecção da informação em primeira instância: no jargão jornalístico, a apuração. Só depois dessa fase virão os momentos de captação, tratamento e transmissão. Muito antes de a internet ter alcançado a relevância de hoje no garimpo de informação sobre outros países,<sup>131</sup> Jeremy Tunstall (1981) já havia alertado sobre aquilo que lhe parecia uma incongruência à prática jornalística: o correspondente de agência internacional nutria-se de apenas quatro caminhos para levantar dados: as emissoras e os jornais de maior abrangência do país; as agências nacionais públicas ou cooperativadas; o governo federal; os bancos e as instituições financeiras. Não havia um *modus operandi* que permitisse aos repórteres fugir àquele modelo, enraizado durante anos, pois as agências não são consideradas meios massivos, mas indiretos, como lembra Afonso Silva Júnior (2006).

Fenby (1986) também enxerga esses pontos fracos e explica que as equipes enxutas instaladas em países gigantesco tendem a reproduzir a notícia de segunda mão. As agências assumem percepções construídas por uma elite econômica e política, concentrada nas capitais e grandes cidades. Para o autor, ao reprocessar o que as emissoras já decidiram como notícia, as agências correm sérios riscos de simplificar, estereotipar e caricaturar países. Tentando dar conta de tantos clientes com diferentes expectativas, os correspondentes das agências se comprometem com uma cobertura mais convencional do que ousada, perenizando visões posteriormente difundidas para sua rede de assinantes.

Imaginemos como se estabelece a apuração a distância em nações como China e Rússia. Se fizermos um paralelo com o Brasil, a fragilidade do modelo é estarrecedora. A

<sup>130</sup> Em entrevista à autora, em 26 de novembro de 2008.

<sup>131</sup> Para ter acesso ao modo como a internet alterou as rotinas produtivas das agências no Brasil, cf. Marques (2005).

APTN tem apenas uma repórter-produtora e um cinegrafista, baseados no Rio de Janeiro, responsáveis por traduzir, escrever, gravar imagens, editá-las e transmiti-las. A redação conta ainda com um correspondente do serviço de texto da AP, além de outros em São Paulo, que funcionam como unidades de apoio. Há colaboradores fixos no Rio, em Brasília e em São Paulo.

Sem recursos humanos e financeiros para ganhar mobilidade e viajar pelo Brasil, os correspondentes das agências telejornalísticas acabam cumprindo uma rotina passiva de monitoramento da imprensa nacional. Tanto os produtores da Reuters TV como os da APTN têm como hábito a prospecção terceirizada: acordam assistindo ao Bom Dia Brasil e encerram o expediente com o Jornal Nacional, telejornais exibidos pela maior emissora comercial brasileira. Ao mesmo tempo, acompanham os sites dos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e O Dia. Nos dois escritórios, a televisão está sempre ligada e sintonizada na Globo News, o canal de notícias do grupo Globo, e na NBR, canal a cabo do governo federal. É um processo inverso àquele encampado pelas editorias internacionais dos jornais e emissoras brasileiras, que, por sua vez, cotejam as emissoras estrangeiras, como CNN e BBC (AGUIAR, 2008).

Concluída a primeira filtragem, as produtoras das agências aqui estudadas apresentam aos editores de Washington as ofertas do dia, sempre levando em consideração a disponibilidade ou não das imagens (se serão coletadas pela agência e se serão adquiridas das emissoras). Como estão no Rio de Janeiro, as funcionárias incorporam ao seu dia a dia a compra de imagens advindas de outras regiões brasileiras. É a saída para driblar as dificuldades operacionais, como relata Flora Charner, da APTN:<sup>132</sup>

O correspondente de um jornal ou emissora normalmente goza de relativa autonomia, trabalha para um público específico, sabe quem é o seu leitor ou telespectador. Pode dar-se ao luxo de passar cinco dias na Amazônia produzindo uma reportagem especial, um *feature*. Nós cobrimos o factual, a notícia do dia de um país enorme como o Brasil. Não podemos sair da cidade, não temos um orçamento grande, nos comportamos mais com uma base. Estamos particularmente prejudicados aqui no Rio, pois não estamos nem na capital financeira, nem na capital oficial brasileira. O correspondente também geralmente tem dinheiro para contratar alguém que previamente vai deixar tudo pronto para a gravação. Os editores dos correspondentes dos veículos raramente vetam as pautas. Para eles, qualquer oferta vinda dos correspondentes é lucro. Nós não. Nós precisamos atender a uma demanda ampla para agradar ao cliente japonês, ao europeu e ao chinês etc. Para sairmos daqui do Rio tem que ser uma pauta muito boa, que faça valer o investimento, entende?

---

<sup>132</sup> Em entrevista à autora em 28 de abril de 2010.

Evidentemente, a situação da APTN no Brasil reflete os focos de prioridade e hierarquia da agência americana. Nas sucursais da Alemanha, por exemplo, a disparidade é significativa. Além de Frankfurt, só na capital, em Berlim, trabalham quatro equipes, oito pessoas. Em contraste, dos 89 escritórios da APTN, só há três na América Central, mesmo assim, com obrigações de cobrir toda a região. Na crise política de Honduras, em 2009, Flora Charner foi deslocada do Rio de Janeiro para reforçar o time local. “A estrutura era tão mínima que meu escritório virou as mesinhas do Bob’s, de onde eu respondia aos e-mails e transmitia as entrevistas pela internet, por meio das conexões sem fio da lanchonete.” Em caso de grandes eventos midiáticos, grupos de países vizinhos são acionados, como no terremoto do Haiti, ocasião em que a APTN mobilizou, nos primeiros dias, sete equipes em campo. Hoje a APTN não tem base fixa naquele país.<sup>133</sup>

A estrutura da Reuters TV é mais ampla, já que a “agência mãe” tem cerca de 30 profissionais pulverizados por São Paulo e Brasília, para atender aos mais diversos clientes, em diferentes plataformas digitais. No departamento audiovisual da Reuters, contudo, há apenas um produtor sênior, e dois estagiários responsáveis pela redação e tradução das entrevistas editadas, além de dois cinegrafistas fixos. Leandra Camera exemplifica as limitações operacionais no seu dia a dia: “Os setoristas que cobrem finanças para os jornais estrangeiros conseguem ter fontes. Eles chegam até a furar os veículos brasileiros. Fazer televisão é complicado, é preciso dar conta das manchetes”.<sup>134</sup>

Nick Davies (2008) considera que o papel das agências está hoje muito mais atrelado ao gerenciamento de riscos do que propriamente a um fazer jornalístico. Ele correlaciona essas duas atividades usando como parâmetro o fato de que, em mais de uma centena de países,<sup>135</sup> não existem agências telejornalísticas, incluindo lugares como Sudão e Congo, que há anos vivem conflitos étnicos e tragédias humanas incontestáveis. Em boa parte do globo, apenas um homem ou uma mulher responde pelo fluxo noticioso de uma área territorial imensa, com milhões de pessoas vivendo longe das cidades grandes. Vastas populações são completamente alheias ao que se fala sobre elas. Nas mais de 50 nações que formam o continente africano, a APTN só mantém quatro sucursais (Cairo, Dakar, Nairóbi e Joanesburgo).

---

<sup>133</sup> Durante os quatro anos que investigou as agências de texto, Boyd-Barrett (1980) contou o número de funcionários nas sucursais. No Brasil, nos anos 1970, a população era de 73 milhões de pessoas e o número de empregados numa única agência americana era de 21 pessoas, espalhadas na época por Rio, São Paulo e Brasília. A Indonésia tinha apenas três profissionais para cobrir uma população estimada em 125 milhões. Na Grã-Bretanha eram 40 contratados para cobrir um país com 53 milhões de pessoas.

<sup>134</sup> Em entrevista à autora em 29 de abril de 2010.

<sup>135</sup> No momento de redação desta tese, a APTN tinha escritórios em 67 países; a Reuters TV, em 60.

Davies (2008, p. 56) sugere que hoje se faz *churnalism*: um termo para definir o Jornalismo de extrema rotatividade, de engrenagem, no qual o repórter é aprisionado por uma tela de computador e passa a maior parte do seu tempo sentado, sem contato direto com as fontes e o público. As práticas de apuração dos jornalistas estão cada vez mais reféns das agências, que por sua vez apuram mais suas notícias por meio de jornais *online* e das empresas de relações públicas. Davies convoca os espectadores de todo o planeta a observar criticamente o noticiário televisivo que reproduz cenas, entrevistados, enquadramentos políticos e, muito pior, os erros de apuração e contextualização da notícia.

As agências respondem às críticas com formulações e soluções bastante concretas: se não estão instaladas em um determinado país, contratam jornalistas locais e pedem apoio às emissoras de televisão. Contam com artérias indiretas para pôr em circulação sua massa noticiosa. Davies, no entanto, mostra-se descrente do estratagema, citando uma pesquisa sobre os efeitos comprometedores dessa intermediação. Davies aponta o estudo realizado pela empresa de Relações Públicas e vídeos corporativos World Television (WT), que avaliou, entre 2002 e 2004, 262 reportagens distribuídas pela Reuters TV e APTN que se referiam à Nova Zelândia. Mais da metade (140) havia sido produzida por equipes baseadas fora daquele país, como Jacarta, na Indonésia, e Sidney, na Austrália, a mais de 5.000 quilômetros de distância. A maioria dos assuntos era de interesse das nações do Ocidente, como visitas de governantes da Europa e da Ásia. No mesmo montante, “nenhum abordou temas como saúde, juventude, meio-ambiente e ciência” (DAVIES, 2008, p. 105).<sup>136</sup> Dois anos depois, quando os consultores da WT repetiram a metodologia, constataram que a APTN e a Reuters TV se limitaram à mera reprodução das reportagens exibidas pelas televisões neozelandesas, a maior parte sobre desastres ambientais, bizarrices, filmagens de *Shrek* e *O Senhor dos Anéis*, além das eleições parlamentares.

No compartilhamento entre os correspondentes de agências e os veículos regionais ou locais, há um risco iminente de chegar ao ponto mais comprometedor e delicado do processo de apuração intermediada e mediatizada por outrem: rebater uma informação coletada arbitrariamente. Foi assim, lembra o mesmo Nick Davies, quando a AP, citando a imprensa de Bagdá, disse que milicianos do Iraque haviam sequestrado e torturado um

---

<sup>136</sup> “Under the headings of health, youth, environment and science, they ran nothing at all.”

soldado americano, em fevereiro de 2005. Mais tarde, descobriu-se a farsa, e o soldado da imagem era, na verdade, um boneco.<sup>137</sup>

Historicamente, as agências de texto sempre trabalharam em parceria para dividir o esforço empreendido na apuração. Ainda hoje, associam-se com a concorrência a fim de reduzir custos e alardear suas vantagens diante de outros grupos midiáticos. Em 2009, por exemplo, onze delas se juntaram para alimentar um *hotsite* dentro da rede social Facebook, com o objetivo de narrar os bastidores da cobertura da Cúpula do Clima, em Copenhague (WORLD..., 2009).

Todavia, a aparelhagem ostensiva necessária para uma cobertura telejornalística – mesmo com a radical transformação e miniaturização dos equipamentos – torna muito mais complicado o entrosamento entre as agências e as demais empresas e profissionais do ramo.

Imaginemos, agora, as circunstâncias operacionais do Oriente Médio, onde nenhum jornalista está autorizado a entrar na Faixa de Gaza sem a permissão de Israel. Boa parte do que circula fora do território palestino é captada por repórteres-cinegrafistas ligados indiretamente a diferentes facções políticas, submetidos ao escrutínio diário de partidos que moldam a complexa e frágil liderança na região:

Talvez isso explique as razões pelas quais o mesmo evento ganhe, na Faixa de Gaza ou mesmo na Cisjordânia, ângulos completamente distintos. A Reuters pode contratar *fixers* e *stringers* autorizados pelo Hamas, enquanto a AP aciona profissionais mais ligados a outra organização palestina, o Fatah, e vice-versa.<sup>138</sup>

A dificuldade de circular nos territórios palestinos também é comparada às constrições do Iraque. Nesse país, soldados americanos são acusados de interceptar câmeras das agências, que perderam muitos de seus colaboradores nos últimos anos, todos eles vítimas da guerra e de sequestros. Há uma cautela redobrada com a checagem dos fatos, já que muitos cinegrafistas são xiitas filmando em áreas sunitas ou vice-versa, aumentando o risco de conduzir parcialmente uma cobertura.<sup>139</sup>

---

<sup>137</sup> Os exemplos crescem ano a ano. Em 2010, *websites* de veículos de prestígio, como a emissora portuguesa RTP e o britânico *The Guardian*, divulgaram a falsa notícia de que um restaurante em Rondônia estava procurando doadores de carne humana. Supostamente, tal empreendimento planejava abrir uma filial em Berlim. A mentira, originalmente publicada por um jornal sensacionalista alemão, foi reproduzida pelas agências EFE e Ansa (AGUIAR; BEATRIS, 2010).

<sup>138</sup> Khaled Abu Toameh, em entrevista à autora, em setembro de 2007, por ocasião de sua visita à redação da TV Globo, em São Paulo. Toameh é um jornalista árabe-israelense do *The Jerusalem Post* e desde 1989 presta serviços à rede americana NBC.

<sup>139</sup> Informação dada por Victor Antonie, diretor da Reuters para as Américas. Cf. <<http://www.blip.tv/file/795651>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

Ainda com relação à apuração, o binômio escritório-central e correspondente tem ainda algumas características que merecem ser mencionadas.

Até o final da década de 1980, os correspondentes eram, em sua maioria, brancos, de sólida formação universitária, americanos, britânicos e franceses, tendo sido treinados nas grandes capitais do mundo. Portanto, selavam um acordo tácito de percepções sobre o que era notícia internacional, especialmente o “insólito e excepcional” (SMITH, 1984, p. 91). O “star system dos bureaus”, a que Oliver Boyd-Barrett e Terhi Rantanen (2001, p. 135) se referem, acabou provocando uma padronização no perfil dos profissionais selecionados pelas agências e no que se buscava e definia como notícia importante.

Quando migraram para o audiovisual, a Reuters e a AP passaram a adotar uma política de recrutamento multicultural. Em 1996, a APTN instalou-se no Brasil sendo representada por um brasileiro, o jornalista e ex-repórter da TV Globo Edmar Figueiredo. Hoje o escritório é dirigido por Flora Charner, uma venezuelana que trabalhou muitos anos nos Estados Unidos e fala três idiomas. A América Latina é chefiada em Washington pela também brasileira Cristiana Mesquita. Leandra Camera assumiu o comando da Reuters TV em 1995 e diz que, como brasileira, foi fundamental perceber a realidade das emissoras e do país.

O acolhimento dos correspondentes nascidos e integrados à região sobre a qual produzem reflete, no limite, uma tentativa de induzir o fluxo periferia-centro, um olhar diferente sobre os acontecimentos, mesmo que os chefes com maior poder de decisão continuem sendo europeus e americanos.

Além disso, se nos primeiros anos de atividade os braços audiovisuais da APTN e Reuters TV dependiam da estrutura das grandes emissoras brasileiras, hoje há um avanço em tentar oferecer uma produção paralela, uma apuração mais original, com muito mais aprovação de viagens do que antes, quando se iniciaram as operações no Brasil.

O trabalho das agências sofreu uma mutação em várias camadas da produção, não apenas pelo fato de que agora o correspondente fica demasiado atento aos bochichos da internet, com pouco tempo para ouvir testemunhos *in loco*, mas, sobretudo, porque se perdeu a autonomia de que gozava.

Até os primeiros anos da década de 1990, “os correspondentes vagavam durante dias; os editores não sabiam onde estavam, e não havia como localizá-los” (GIRIDHARDAS, 2009, p. 4). As ligações telefônicas eram caríssimas e o telefone do quarto de hotel muitas vezes tornava-se o único meio de contato com os chefes. Eram os

chamados dias de glória do correspondente independente, como definiram David Perlmutter e John Hamilton (2007).

Em 2005, quando a Nokia lançou seus *smartphones* capazes de rodar o programa *flash*, com duas câmeras, e ainda com outras funções como receber e-mails e acessar os jornais do mundo inteiro, o correspondente e seus chefes passaram a ser abastecidos, de forma contínua, pela concorrência (LIVINGSTONE, 2007). O resultado é que, depois dos aparelhos inteligentes e recheados de aplicativos, a apuração começa a ser feita dentro de casa, na rua, no ônibus e os funcionários podem ser acionados a qualquer momento, sem interrupção. Os correspondentes passaram a ser mais pressionados a lidar com agilidade e executar, de forma mais breve, inúmeras tarefas.

### 3.2.2. Captação

Esse perfil *multifuncional* do jornalista de agência fica muito mais claro na camada produtiva de captação da informação. A APTN está mais inclinada a contratar e manter em seus quadros aquilo que define como *one man crew* ou *news person*, o profissional encarregado de apurar, filmar, entrevistar, editar e enviar uma reportagem.<sup>140</sup>

Para Flora Charner, que responde pelo escritório da APTN no Brasil, o modo de produção está cada vez mais exigente, adquirindo configurações singulares:

A demanda é tão grande hoje que o cinegrafista muitas vezes vira até motorista. Ele não aperta apenas o botão da câmera. Todos nós deveríamos, em teoria, ser aptos a entrevistar qualquer pessoa. Na prática, se o presidente da Venezuela está em Brasília e não tivemos orçamento para viajar, eu tenho que contratar em Brasília um cinegrafista, e sugerir a ele algumas perguntas. Mas o *stringer* precisa estar atento, saber o que é notícia, não pode ficar desligado como se não fosse um repórter, ou apenas alguém que segura um microfone e uma câmera. Precisa captar expressões, olhares e informação. Enquanto ele está na capital, participando da entrevista coletiva, eu fico aqui no Rio de Janeiro assistindo ao *pool* disponibilizado pela NBR. Aí já vou anotando o que merece destaque, fazendo um roteiro das respostas do Chávez que serão posteriormente usadas na edição. Combino com o meu cinegrafista os trechos que preciso, e aí ele os envia diretamente para Washington, enquanto vou escrevendo o roteiro, em parceria com o meu colega de texto, combinando o que será nossa manchete em comum, e as falas do presidente venezuelano que selecionaremos para as aspas. Além de tudo isso, o chefe de escritório de agência tem responsabilidade administrativa, o correspondente é obrigado a ter várias vocações, como responder pela contabilidade e prestação de contas do escritório.<sup>141</sup>

<sup>140</sup> Pavlik (2008) diz que assistiremos, em breve, a uma massificação do repórter que sairá às ruas com protótipos futuristas e estranhos, máquinas capazes de registrar, em vários meios, os flagrantes do dia a dia, como o projeto desenvolvido pela Columbia University.

<sup>141</sup> Flora Charner, em entrevista já citada à autora.

Leandra Camera, da Reuters TV, enfatiza a estratégia de contratar profissionais com um novo perfil, diferente do modelo fragmentado do passado:

Quando contratamos recentemente mais uma pessoa em São Paulo, pensamos em alguém com um perfil justamente assim: alguém que pudesse operar câmeras pequenas para assuntos de menor impacto, que estivesse familiarizado com os programas de edição em computador e bastante ágil no entendimento da notícia principal.<sup>142</sup>

### 3.2.3 Tratamento

Todo o tratamento do material captado em campo é realizado no computador, por meio de *softwares* de edição não linear, que variam por empresa. Muitas vezes, as imagens captadas ou cedidas pelas emissoras diferem do padrão utilizado pela Reuters TV e APTN, que agora adotam o formato 16 (largura) x 9 (altura), em vez de 4 x 3, os dois sistemas básicos que servem ao universo de assinantes. A Reuters já trabalha com uma câmera Sony com cartão de memória que pode ser acoplado a qualquer computador, enquanto a AP ainda usa câmeras mini DV e precisa, portanto, transcodificar as imagens todos os dias, antes de editá-las.

Nas primeiras décadas de operações, a Visnews e a UPITN eram obrigadas a instalar em seus escritórios ilhas de edição sem muitos recursos. Quando estavam viajando, fora da base, os correspondentes tinham que acertar previamente como montariam as imagens, desencadeando operações extremamente burocráticas e caras.

### 3.2.4 Transmissão: o planeta agora cabe no laptop

Cada vez mais ubíqua e veloz, a etapa de transmissão foi uma das mais afetadas no processo de fabricação de notícias internacionais voltadas aos telejornais. Quando a Visnews e a UPITN se instalaram no mercado, suas reportagens eram enviadas por avião, ainda no formato de filme. Só depois de 1969 chegou o sistema U-Matic e, em 1975, o Betamax. Em geral, havia horários reservados para geração de reportagens via satélite, conhecidos como “janelas” de satélites, com duas transmissões diárias de 15 minutos cada, contendo o resumo das melhores cenas captadas pelas agências ou suas grandes parceiras no exterior.

A TV Globo, por exemplo, só recebia imagens de outros países por meio de um *pool*, o SIN (Sistema Ibero-Americano de Notícias). Todos os dias, o sistema operava em parceria

---

<sup>142</sup> Leandra Camera, em entrevista já citada à autora.

com a agência EBU e enviava, via satélite, de Londres, cerca de dez minutos de reportagens brutas da Europa, do Oriente Médio e dos países ibero-americanos. As limitações operacionais interferiam diretamente no conteúdo das reportagens enviadas:

Todas as manhãs, uma conferência telefônica com os países integrantes do *pool* elaborava a pauta do dia. A matéria, para ser aceita no satélite, precisava do voto de, no mínimo, três países. Nessa época, de franquismo na Espanha, salazarismo em Portugal e regimes militares na América Latina, os critérios para a escolha das matérias eram, muitas vezes, alheios aos interesses jornalísticos. O problema só foi resolvido em 1973, com a assinatura de um contrato com a agência de notícias United Press International, que passou a enviar diariamente, do mundo inteiro e via satélite, imagens para o Jornal Nacional. Até então, o material da UPI seguia de avião e chegava muito defasado, algumas vezes com até três dias de atraso (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 43).<sup>143</sup>

Fenby (1986) aponta o que considera ser a marca patente da Visnews: a inovação. A antiga agência implantou, em 1984, uma experiência piloto: um pacote diário com 30 minutos de imagens sobre vários países, destinado à Europa continental. Nos anos 1990, a antecessora da Reuters TV lançou um serviço denominado Vis Europe, distribuindo apenas para os clientes daquele continente uma rota de geração contínua de reportagens assim que eram finalizadas na edição, em Londres.

Quando a então APTV se lançou no mercado para se contrapor aos procedimentos operacionais da WTN e da Visnews, deu um passo ousado. Até 1994, as agências tinham canais/janelas de satélite em horários previamente fixados. Por três, quatro, cinco vezes ao dia no máximo, durante 30 minutos, irradiavam os vídeos para os assinantes. A primeira providência da AP foi criar o sistema 24/7: transmissão 24 horas durante os sete dias de semana (BAKER, 2009). Na época,

10 minutos de satélite custava entre 1.500 e 2000 dólares. Isso entre a Ásia e Europa, ou América Latina e Europa. Dependia do país. Depois, os preços foram caindo com a proliferação de empresas e privatizações dos satélites, em várias regiões do mundo. Hoje, paga-se entre 300 e 400 dólares pelas mesmas rotas, embora continue variando de país a país. E o que fizemos? Ninguém tinha, até então, listado a capacidade dos satélites. Vasculhamos todas as rotas de satélite disponíveis para oferecer notícias e boletins o tempo todo.<sup>144</sup>

<sup>143</sup> Os correspondentes das emissoras, por sua vez, eram obrigados também a seguir à risca o horário dos satélites. Na primeira Guerra do Golfo, por causa do fuso-horário, repórteres passavam a madrugada viajando até os grandes centros do Iraque para tentar enviar pelo menos dez por cento do material gravado, a tempo de cumprir o *deadline* do satélite (FIALKA, 1991).

<sup>144</sup> Sandy MacIntyre, na mesma entrevista já citada.

Nas últimas duas décadas, a mudança mais visível das transmissões foi o modo de recepção do material bruto dos correspondentes. Somente matérias especiais são agora enviadas por satélite. A remessa por banda larga eliminou a burocracia do sistema convencional. Por meio de *softwares* especialmente desenvolvidos para atender a essa demanda, imagens são editadas e enviadas, a qualquer momento, de qualquer parte do mundo, através de qualquer meio de transmissão de dados disponível (incluindo modem ou satélite).

Mais de 70% das reportagens encaminhadas pelos escritórios às sedes das agências são transmitidas atualmente por fibra ótica, cabo, ou por algum mecanismo de distribuição digital, sendo o mais comum deles o protocolo FTP (*File Transfer Protocol*), basicamente uma transferência de dados via internet para um servidor, em formato de arquivo. Em casos extremos, quando não há conexão pela internet, as agências contam com os terminais portáteis Bgan, que servem tanto para retransmissão de vídeos como para entradas ao vivo de correspondentes. De aparência similar à do laptop, já que é leve e compacto, o Bgan pode ser usado em zonas de guerra, “sem depender da infraestrutura de comunicações terrestres ou celulares potencialmente inadequadas ou inexistentes” (IMMARSAT, 2010). O aparelho pode ser alugado diariamente (US\$ 7) ou mensalmente (US\$ 150), além dos custos de transmissão. Tarifas médias para *broadcast* custam cerca de US\$ 30 por minuto de transmissão.

Com o fim da obrigatoriedade de horários pré-determinados de satélites, a Reuters TV decidiu que, a partir de novembro de 2008, colocaria sua inteira produção em circulação apenas via internet. Desde então, os clientes fazem o *download* somente das reportagens pelas quais se interessam.<sup>145</sup> Com as senhas fornecidas pela agência, emissoras e portais podem acessar vídeos, que são armazenados num servidor. Até o final de 2012, a APTN eliminará o sistema conhecido como *roll-out*, a chamada geração contínua por satélite, escoando também toda a sua massa noticiosa via web (pelo *Media Port Service* ou *IP delivery*).

Jeremy Smith,<sup>146</sup> diretor da Reuters TV em Londres, dimensiona a forma arrasadora com que essas transmissões baratas corrigiram algumas anomalias da cobertura, provocando mudanças de paradigmas:

Fizemos recentemente uma entrada ao vivo, com repórter, pelo sistema Bgan, da Mongólia. Isso seria impensável cinco anos atrás. Por exemplo, no passado, você teria uma história incrível no Zaire. Como geraria essa reportagem para Londres? Você seria obrigado a ir a uma televisão local daquele país, tentar negociar uma pré-edição na própria empresa para

---

<sup>145</sup> É interessante constatar que as emissoras brasileiras também se utilizam bastante de protocolos IP para receber reportagens produzidas por suas afiliadas. Cerca de 80% do trabalho dos correspondentes chegam ao Brasil via internet e não mais por satélite, por meio de programas comprados ou desenvolvidos pelas próprias emissoras (ESPERIDIÃO, 2007).

<sup>146</sup> Em entrevista à autora, em 28 de novembro de 2008.

escolher as melhores imagens, pagando por todos os serviços. Depois, compraria um tempo de geração por satélite. Talvez gastasse uns 2.000 dólares para 10 minutos de satélite. Você efetivamente precisaria investir, no mínimo, entre 1.000 e 2.000 dólares nessa empreitada.<sup>147</sup> Hoje uma estação de trabalho do tipo Store & Forward, uma espécie de kit-correspondente, basicamente formada por uma câmera e um laptop, não custa mais do que 10 mil dólares. E você pode usar esse equipamento todo o ano, a qualquer hora, em qualquer lugar do mundo. Então, desde a África ao Oriente Médio, tudo ficou mais fácil cobrir.

É preciso apontar os desdobramentos positivos do barateamento das transmissões. A ideia de que a tecnologia favoreceu uma cobertura mais volumosa e ampla não é um exagero. Hoje, uma passeata violenta no Egito alcança as redes mundiais em poucas horas, assim como as marchas do Iemên foram retratadas por celulares enviados às agências. Para o diretor da APTN, Sandy MacIntyre,<sup>148</sup>

se olharmos o volume de conteúdo de informação que cada continente tem nas nossas ofertas comparando com o ano de 1968, leva-se um susto. Em 1968, uma história na África demoraria três dias para chegar a Londres. Hoje, nós podemos ir ao Congo de manhã e as imagens estarão aqui em Londres em horas. Talvez o que deixou de acontecer foi uma cobertura mais profunda de certos temas, a reportagem com mais investimento. Mas imagino que isso tenha mais relação, de novo, com a tecnologia. Naquela época, o repórter sabia que seu material chegaria com três dias de atraso em Londres. O perfil das matérias era mais exploratório, menos atrelado à notícia do dia. Imagine que, para ir ao ar, essa reportagem levava cinco dias. Agora, a necessidade de dar mais rápido nos obriga a investir em histórias mais objetivas e curtas. Em vez de rolos e rolos de filmes para serem editados, a própria tecnologia trouxe um novo fazer jornalístico. Ao invés de uma única história, você pode distribuir, ao longo do dia, várias versões da mesma matéria. Na versão final, a versão abrigará todos os aspectos profundos da notícia. A velocidade mudou o perfil. Viramos uma cobertura diária mais atenta aos fatos.

A transmissão pela internet é a mais utilizada pelas duas agências no Brasil. Somente em ocasiões especiais, compra-se um horário de satélite, como nos tempos da WTN, em que poucas histórias emanavam do Brasil. “Era um tempo em que fazíamos o essencial ou algo que tivesse muito apelo”, lembra o cinegrafista Mário Lobão.<sup>149</sup>

A primeira reportagem da APTV foi enviada por satélite, do Rio de Janeiro para a subcentral nos Estados Unidos, no dia 4 de junho de 1996. Até 2003, elas chegavam a

---

<sup>147</sup> Sem falar nos riscos de censura e monitoramento político local, como aqueles enfrentados pelos produtores da CNN, durante a Guerra do Golfo, que se utilizavam da estrutura da TV iraquiana para enviar suas reportagens. Apesar de romancear e enaltecer em excesso essas operações arriscadas, o filme da HBO *Ao Vivo de Bagdá* (2003) revela como as transmissões eram complicadas.

<sup>148</sup> Em entrevista à autora, em 26 de novembro de 2008.

<sup>149</sup> Em entrevista à autora, em 29 de novembro de 2008.

Londres ou por correio-aéreo, ou por geração através de satélite. Em julho daquele ano, usando um sistema ainda muito lento e incipiente, o *Telestream*, a APTN brasileira inaugurou o encaminhamento de produção via web. Hoje, para enviar dois minutos editados com imagens e entrevistas, leva-se, em média, 18 minutos até que o arquivo chegue a Washington. Na Reuters TV, a mesma operação não dura mais que 15 minutos. Leandra Camera faz as contas: “Por conta disso, nossa demanda é quatro vezes maior. Produz-se, no mínimo, uma reportagem por dia. Agora são quatro ou até cinco. Na década passada, esse era o nosso volume da semana inteira ou até do mês”.<sup>150</sup>

Se por um lado a tecnologia se constituiu na principal ferramenta das operações da AP e Reuters, diminuindo a distância entre as ocorrências e a sua divulgação, por outro lado, permitiu uma maior probabilidade de cópias indevidas. Sabe-se que a mídia digital, ao contrário da analógica, possibilita a reprodução ilimitada de imagens e áudio, sem sofrer degradação (MANOVICH, 2001). Para frear possíveis duplicações de conteúdo sem autorização, a APTN e a Reuters TV passaram a dispor de uma marca d’água eletrônica digital invisível, na qual cada imagem pode ser rastreada toda vez em que é exibida.

As duas agências contrataram a multinacional Teletrax para detectar fraudes e recebem diariamente um relatório do que foi exibido em 1.500 emissoras em 50 países. Cada vez que uma empresa coloca no ar imagens geradas pela APTN ou Reuters TV, registra-se, em tempo real, via satélite, esse uso. O monitoramento é atrelado ao tempo de uso da imagem: se uma rede de televisão exibir apenas 4 segundos da imagem, dificilmente o sinal terá tempo hábil de ser captado pelos servidores da Teletrax. A tecnologia empregada para diminuir a pirataria digital consegue identificar não apenas o país e a emissora, como também a hora e o dia exatos de exibição. No quadro a seguir, extraído do *site* corporativo da própria empresa,<sup>151</sup> percebe-se o ciclo de monitoramento:



**Figura 16** Sistema de marca d’água imperceptível implantado pelas agências<sup>152</sup>

<sup>150</sup> Na mesma entrevista já citada.

<sup>151</sup> Cf. <<http://www.civolution.com/technology/digital-audio-and-video-watermarking/>>. Acesso em: 20 out. 2010.

<sup>152</sup> Reprodução do site da Teletrax citado na nota anterior.

A Figura 16 ilustra as etapas do monitoramento feito pela Teletrax: cada reportagem editada recebe uma espécie de identidade (ID) para ser rastreada. Depois, o vídeo é distribuído e usado pelas emissoras. Cada vez que uma imagem (*take*) é exibida por uma empresa, o detector capta o sinal da imagem. Esse sinal é então redirecionado para um dos computadores da Teletrax, que, por sua vez, emite relatórios diários para as agências. Na ponta final do processo de monitoramento para evitar pirataria digital, tanto a APTN como a Reuters TV conferem se a emissora é ou não assinante de seus serviços.

Com o objetivo de melhor identificar a coexistência de várias plataformas de controle, prospecção e transmissão das agências telejornalísticas, dois quadros foram aqui sistematizados com vistas a resumir como as agências vêm criando laços de interdependência e interação entre tecnologias do passado e do presente (FIDLER, 1997). Sam Leman-Wilzig e Nava Cohen-Avigador (2004) enxergam essa integração como um “ciclo natural da evolução da mídia”, que os autores dividiram em sete etapas: nascimento, penetração, crescimento, maturação, resistência, adaptação, convergência (ou obsolescência). O uso de uma metáfora biológica parece adequada justamente por reforçar que as novas tecnologias demandam a morte de uma etapa produtiva e o nascimento de outra. As redações multimídias e integradas das agências alteraram, portanto, todas as suas formas de apurar, tratar e transmitir reportagens voltadas para o telejornalismo. Os quadros resumem as principais decisões e inovações conduzidas pelas agências telejornalísticas estudadas aqui e suas antecessoras (Visnews, UPITN, WTN), além de demonstrar novos equipamentos usados pela rede de TV americana CNN. Foram pontuados dados marcantes da indústria ligada ao telejornalismo, bem como as mudanças nos sistemas de geração de imagens.

## Principais modos de transmissão e produção das agências telejornalísticas

Anos 60-70  
Visnews, UPITN

\*Envio de fitas e filmes por correio aéreo. Reportagens demoravam até três dias para chegar até as emissoras.

\*Geração por satélite, em horários pré-determinados ou semanais.

\*Alto custo do uso de satélites:  
10 minutos custavam pelo menos 2 mil dólares.

\*Distribuição dos despachos apenas pelo epicentro de notícias: Londres.

\*Produção altamente centralizada.

Anos 70-80  
Visnews, UPITN  
WTN (1985)

\*Satélites proliferam, horários desburocratizam, e gerações passam a ser mais de uma vez por dia.

\*Ênfase na cobertura financeira e instalação de terminais financeiros em tempo real.

\*Visnews cria, em 1978, satélites fixos para as Américas.

\*Janelas fixas de satélite de 15 minutos.

\*Visnews cria, em 1984, pacotes de reportagens de 30 minutos para a Europa.

Anos 90  
APTV (1994)  
WTN (até 1998)  
Visnews, APTN (1998)  
Reuters TV (1993)

\*Visnews cria em 1990 o Vis-Europe:  
24 horas de transmissão direta para emissoras da Europa.

\*CNN e WTN usam o telefone portátil de satélite (50 mil dólares) durante as transmissões da Guerra do Golfo.

\*WTN cria boletins de 90 minutos para as Américas.

\*Escritórios sub-regionais são criados para desafogar a sede em Londres.

\*Início da descentralização.

\*1993/1994: América Latina recebe 3 boletins de 30 minutos.

\*APTV usa em 1997 o telefone de satélite pela primeira vez para transmitir da África.

\*APTV começa a distribuição de notícias 24 horas, através de boletins gerados a cada hora.

\*Satélites BGan, envio de reportagens especiais por via aérea.

\*Emissoras do Oriente Médio e da Ásia começam a receber reportagens no mesmo dia em que os fatos ocorrem.

## Principais modos de transmissão e produção das agências telejornalísticas

2000  
APTN  
Reuters TV

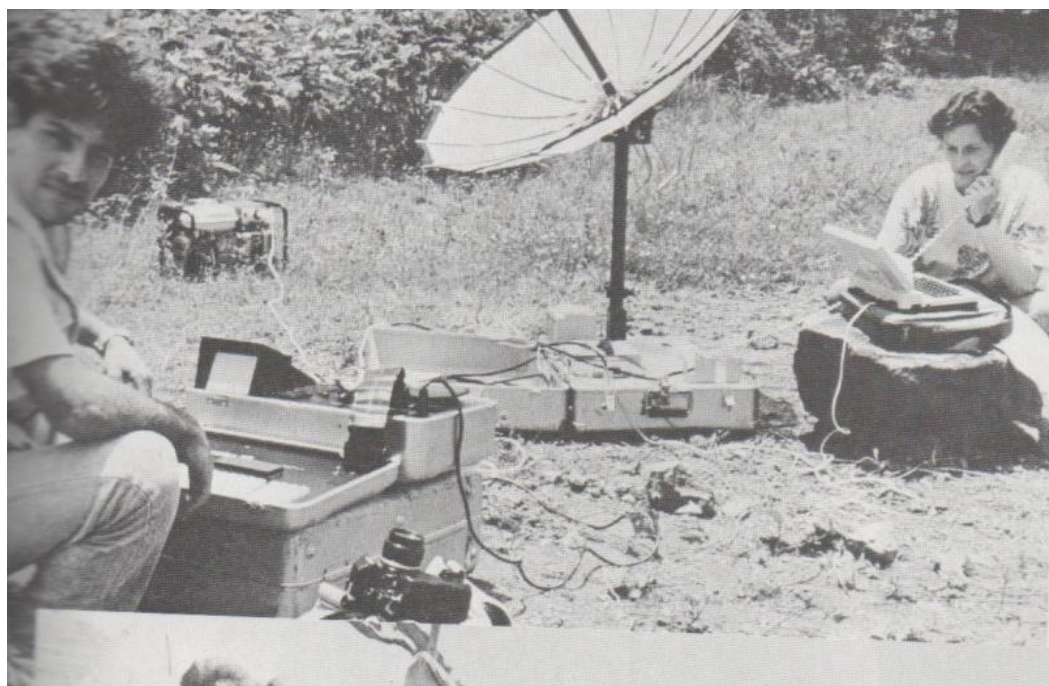
- \*Etapas analógica e digital convergem em todos os serviços oferecidos pelas agências.
- \*Expansão da banda larga e BGan (*broadband global area network* - disponível totalmente a partir de 2006).
- \*Sistema de apuração e transmissão de dados via laptop.
- \*Uso de horários de transmissão ociosos para transmissão de dados.
- \*CNN passa a usar em 2001 o videofone (transmissão ao vivo por telefone de satélite) durante a invasão ao Afeganistão.
- \*2002-2003- Transmissões por Telestream e File Transfer Protocol (FTP).

2008-2010

- \*Transmissão via Internet (Protocolo IP), da base (sucursal) aos lugares móveis (de ciber-cafés até redes wireless).
- \*Em situações adversas de conectividade, uso diário do BGan mais barato e enviado a todas as sucursais.
- \*10 minutos de satélite: de 300 a 1.000 dólares.
- \*Estações independentes de envio de reportagens descentralizadas dos correspondentes.
- \*Sucursais como do Brasil abolem o satélite (exceto para transmissão ao vivo) para transmissão de dados.
- \*80% dos *feeds* enviados por sistema de arquivos banda larga ou fibra ótica.
- \*20% ainda não enviados por satélite (principalmente para a África e a Ásia).
- \*Implantação de mecanismos de controle de imagem utilizada.
- \*Pulso eletrônico/Marca d'água. Eletronic watermark (Teletrax APTN) e Attributor (Thomson Reuters).
- \*Produção descentralizada em escritórios regionais.
- \*Reportagens de 2 minutos editadas pelos escritórios locais e transmitidas em até 20 minutos.
- \*Estações de trabalho em laptop: 10 mil dólares.
- \*Em 2008, a Reuters interrompe a transmissão por satélites fixos e cria um servidor onde emissoras acessam e fazem o *download* das reportagens (IP delivery e Media Port service).
- \*A APTN deve acabar com o *roll-out* até 2012.

**Figura 17** Principais mudanças editoriais e tecnológicas das agências

Abaixo, encontram-se ainda três imagens simbólicas das agências. As duas fotos, tiradas respectivamente em 1990 e 1984, exemplificam as dificuldades de transmissão das agências antes da internet e do Bgan, criado em 2006 pela empresa britânica Immarsat. A primeira mostra uma equipe da agência na Libéria e a posterior, na Etiópia. Na próxima página, a rota de satélites utilizada pela APTN para o fluxo de imagens:



**Figura 18** Reprodução de fotos da agência Visnews na África em 1990 e 1984<sup>153</sup>

---

<sup>153</sup> Fonte: Read (1992)

AP Associated Press

WEDNESDAY, 9 June 2010 17:47 GMT

Technical Support

The Global Video Wire  
Click a satellite below  
to view more information

- AMC-3
- Intelsat 805
- Eutelsat W2A
- AsiaSat 5

The Global Video Wire (PDF)

AP Television News operates a dedicated, round-the-clock, global satellite transmission system, the Global Video Wire (GVW), allowing for delivery to virtually any location.

The GVW is the world's most extensive, reliable and efficient video and audio distribution system, delivering AP Television News' feeds directly to the newsrooms of broadcasters worldwide.

For further information, select the satellite relevant to your region to determine the antenna size required for successful, trouble free, reception.

Copyright © AP Television News 2005 - 2010. All rights reserved. [Privacy Policy](#) [Terms and Conditions](#)

Figura 19 Reprodução das quatro rotas de satélite com fibras permanentes de geração utilizada pela APTN

### 3.3 Formatos e serviços

#### 3.3.1 O produto “empacotado”

Os informes audiovisuais agrupados em temas específicos oferecidos às organizações midiáticas pela APTN e Reuters Television desprendem-se de formatos fechados, pois em geral não têm narração (*voice-over/off*),<sup>154</sup> sendo distribuídos pré-editados em vídeos com duração média de dois a três minutos. Eles resultam da articulação de um conjunto de enunciados autônomos e não necessariamente independentes (entrevistas, som ambiente, imagens em movimento, fotos, gráficos etc). A cada unidade “bruta” de reportagem

<sup>154</sup> O *off* ou *voice-over* é lido sobre imagens conjugadas sem que o repórter/locutor apareça no vídeo (REZENDE, 2000). Nas redações das emissoras, é o jargão para designar o texto de um repórter ou locutor. Para acelerar o tempo entre o relato de “uma última notícia” e sua cobertura simultânea, as agências comumente quebram esse padrão, muitas vezes apenas retransmitindo programações de emissoras regionais, incluindo a presença de um repórter ou um âncora lendo em idioma local um trecho de *off*. Nesses casos, as agências querem ao menos garantir que o cliente tenha qualquer registro do fato.

propagada para o cliente, é atribuído um *script*, um roteiro eletrônico, com todas as informações necessárias ao entendimento do conteúdo inserido na edição.<sup>155</sup>

Fornecidos em pacotes informativos batizados de *feed* (termo em inglês para o verbo “nutrir”, “alimentar”), esses conteúdos solucionam a incapacidade estrutural das emissoras de estar presente nos lugares onde o fato ocorre. Em outro nível, os *feeds* combinam várias reportagens que se constituem em complementos narrativos durante as edições dos telejornais mundiais, quando os correspondentes citam diversas locações e abordagens num mesmo texto. Dessa forma, as emissoras superam as dificuldades logísticas do corpo de repórteres expatriados de contextualizar um assunto envolvendo diferentes países, como observa a ex-correspondente da TV Globo em Paris, Sônia Bridi:

Mesmo estando no local, o repórter de TV raramente consegue cobrir todos os ângulos com imagens ou “pegar” entrevistados. As agências complementam. Por exemplo: em Copenhague, na Conferência Mundial do Clima, eu chegava às 9h da manhã e saía às 2 da manhã seguinte. Mesmo assim, usava pelo menos 50 por cento das agências em minhas matérias. Quando estou cobrindo o Lula, eles mostram o Obama, e eu não posso ignorar o presidente americano só porque não fiz a imagem dele. Além de não ter acessos a lugares, onde agências operam com exclusividade, há situações de emergência onde elas se revelam eficientes contra o *deadline*.<sup>156</sup> Lembro também o caso da franco-colombiana Ingrid Betancourt, ex-refém das Farc. Usamos imagens de vários países, por tratar-se de um assunto envolvendo várias nações, e amarrei minha participação da janela de casa em Paris, pouco antes de o Jornal Nacional ir ao ar.<sup>157</sup>

Gera-se às emissoras, portanto, algo que atende a duas demandas com valores cruciais: o material pode servir para compor partes de um percurso narrativo conduzido por correspondentes – que se apropriam apenas de trechos de uma entrevista exclusiva conduzida pela Reuters, por exemplo – ou se configura como o único recurso para relatar assuntos fora dos limites territoriais.<sup>158</sup> A meta mais importante no processo de fechamento, na finalização da edição de um telejornal, é viabilizar o desfecho das notícias a tempo de irem ao ar,

<sup>155</sup> Nos telejornais, o *script* é o documento que reúne todas as formas de notícia na sequência em que devem ser levadas ao ar (PATERNOSTRO, 1999).

<sup>156</sup> *Deadline* é a “linha de morte”, o fechamento, o momento final da preparação de um telejornal (VIZEU, 2000, p. 109).

<sup>157</sup> Depoimento à autora, em 18 de janeiro de 2010. Em 2009, no momento em que as autoridades chinesas liberaram a presença de repórteres estrangeiros em Lhasa, capital do Tibete, só dez empresas puderam entrar na província rebelde e distribuir as imagens. Entre elas, a BBC e a APTN.

<sup>158</sup> Diversos estudos apontam que a disponibilidade ou não de imagens é determinante na hora de decidir se o assunto será noticiado por uma emissora (COHEN *et al.*, 1996; MOLINA *apud* PATERSON, 1998). Quando não possuem correspondentes, as emissoras comerciais costumam dedicar um espaço menor ao noticiário internacional, reduzindo às chamadas notas cobertas, textos gravados ou lidos ao vivo pelo apresentador do telejornal (SQUIRRA, 1989).

portanto, os *feeds* são acomodados visando a uma montagem sequencial mínima desses enunciados.

Para dar conta da enorme sede de notícia nos telejornais em seus países de origem, correspondentes, redatores e editores dos canais de televisão contam com os pacotes ajuntados pelas agências, caracterizados por uma multiplicidade de ofertas audiovisuais impossível de ser captada por uma única emissora. Somente as agências noticiosas possuem características operacionais que viabilizam a extensão e elasticidade deste escopo, ora porque mantêm escritórios permanentes em diversos países, ora porque adquirem, de maneira mais ágil e satisfatória (via rede de assinantes locais com boa infraestrutura de transmissão), o acesso às imagens. Esses recursos reduzem o intervalo entre o fato e seu relato, garantindo, portanto, exibição com padrões técnicos razoáveis, mas não necessariamente excepcionais (SILVA JÚNIOR, 2006).<sup>159</sup>

Em uma reportagem sobre a crise econômica na Grécia, exibida pelo Jornal Hoje, da Rede Globo, no dia 5 de maio de 2010, com exceção da aparição da repórter no local do acontecimento (Atenas),<sup>160</sup> todas as imagens recombinaadas e tratadas na edição foram resultado de produto bruto reproduzido pelas duas agências aqui estudadas. Demonstra-se na figura a seguir como o aproveitamento das agências pode assumir tamanha relevância de apoio às emissoras, especificamente quando alguns condicionantes como velocidade de geração e variedade de conteúdos sobressaem.<sup>161</sup>

---

<sup>159</sup> Veja, nos anexos, como a Reuters TV produziu um material abrangente durante a cobertura de salvamento dos mineiros presos numa mina no Chile.

<sup>160</sup> É a chamada “passagem” de um repórter, aqui simplificada por questões de delimitação de texto. Ver Fachine e Abreu (2009), que propuseram uma abrangência mais complexa de sua função e definição dentro de uma reportagem.

<sup>161</sup> Em grandes coberturas, o repórter muitas vezes assina várias reportagens, ao longo do dia, para diferentes telejornais. Resta pouco tempo, para, de fato, desenvolver um trabalho de campo a fim de obter informações exclusivas (ESPERIDÃO, 2007).

globo.com | notícias | esportes | entretenimento | vídeos | e-mail | central globo.com | assine já | todos os sites

H | Jornal Hoje | buscar

Quadros | Culinária | Especiais | Redação | História do JH | VC no JH | Fale conosco | Vídeos | Telejornais | G1.com.br

Edição do dia 05/05/2010  
05/05/2010 14h:29 - Atualizado em 05/05/2010 14h:30

## População grega faz protestos em resposta às medidas adotadas pelo governo

A polícia acredita que os protestos reuniram 30 mil pessoas, mas os sindicatos afirmam que pelo menos 100 mil gregos estão na rua hoje em protesto.

Única imagem da matéria produzida pela TV Globo

Ilze Scamparini enviada especial da Grécia

As ruas da capital grega se transformaram hoje num campo de batalha entre manifestantes e a polícia. Pelo menos três pessoas morreram em um dos protestos violentos durante a greve geral que parou o país. Para impedir a invasão ao Parlamento, policiais montaram um cordão humano. Militantes partiram para o confronto, mas foram impedidos pela tropa de choque que respondeu com gás lacrimogênio. Latões de lixo incendiados foram apenas uma das tantas manifestações agressivas que foram vistas hoje nas ruas de Atenas. Vários prédios foram queimados. Várias ruas da capital pareciam uma guerra. Prédios e ônibus em chamas, lojas e bancos depredados. Quebra-quebra geral. Bombeiros usaram a escada de uma agência bancária para salvar a funcionária que ficou presa durante o incêndio. A polícia disse que os manifestantes atiraram coquetéis molotov e que causaram uma grande explosão no banco. Três pessoas morreram. Nas ruas o confronto direto, a tropa de choque é recebida com pedras. A polícia acredita que os protestos reuniram 30 mil pessoas, mas os sindicatos afirmam que pelo menos 100 mil gregos estão na rua nesta quarta-feira em protesto contra os planos do governo para salvar a economia do país.

Jornal Hoje

04 JUN

14:47  
Nordeste brasileiro está em processo acelerado de desertificação

14:21  
Capital das ostras da África do Sul oferece receitas exóticas para os...

14:13  
Praia de Lagoinha (CE) encanta turistas de todo país

13:46  
O mundo em um minuto

13:43

imagens das agências

**Figura 20** Exemplo de reportagem na qual foram utilizadas imagens “terceirizadas” das agências

É essa singularidade dos *feeds* que os torna perfeitamente ajustados às dinâmicas das emissoras. Ou seja, eles são prospectados e pensados em todas as etapas do processo fabril para vias de exibição imediata, tão logo sejam recebidos nos servidores das empresas, via satélite ou por meio da internet, como já se descreveu.

Também para facilitar essa acomodação, os *feeds* se estabelecem como uma sequência discursiva sem a participação de um repórter na condução da narrativa e são organizados de tal forma que cada cliente pode remontá-los de acordo com suas próprias estratégias

editoriais.<sup>162</sup> Como ocorre com os jornais e portais que assinam serviços de texto, não há a obrigatoriedade de reproduzir os *feeds* na íntegra e, em se tratando das emissoras, não há a exigência de mencionar a fonte durante a exibição.<sup>163</sup>

Os *scripts* indicam também o destaque, o ângulo da notícia, no jargão jornalístico nomeado de *headline* (SCHLEISINGER *apud* TRAQUINA, 1999) da matéria, uma estratégia semelhante à dos despachos clássicos da Reuters e da AP para jornais impressos. Para clientes do chamado *broadcast*, os *scripts* são bem elaborados, considerando-se as limitações de tempo e espaço na edição dos telejornais. A Reuters TV revela essa preocupação em seu manual de redação:

A forma como escrevemos as manchetes é extremamente importante. Elas vendem nossas histórias para os clientes. O objetivo é incluir o máximo de informação na manchete, porém de uma forma concisa e atraente. Precisamos fazer manchetes que chamem a atenção para a notícia, construam uma expectativa e estimulem o nosso cliente a ler. Precisamos dizer, mas, principalmente, vender.<sup>164</sup>

Cada cena, com ou sem fundo sonoro, é exaustivamente explicada de modo tal que desobriga o jornalista a, necessariamente, assistir às reportagens antes de traduzi-las. São estruturas textuais assentadas às rotinas produtivas das emissoras de tevê, que trabalham com prazos curtos para execução de tarefas (VIZEU, 2000). Editores e repórteres que estejam envolvidos no processo de redação recebem roteiros contendo desde o movimento da câmera até o conteúdo textual de uma entrevista coletiva, passando inclusive pela descrição de outros efeitos de som ambiente (discursos, ruídos, sons, música, vozes).

Um *script* sobre os refugiados de Darfur demonstra o modelo ideal a ser enviado às emissoras, segundo o mesmo manual da Reuters:<sup>165</sup>

---

<sup>162</sup> Tanto a Reuters como a AP oferecem produtos ainda mais completos: vídeos com a narração e participação de um repórter no local do acontecimento, embora os serviços sejam limitados a três idiomas: inglês, francês e árabe.

<sup>163</sup> Talvez seja esse um dos pontos mais delicados da relação cliente-agência-telespectador. Ninguém em casa se dá conta de que assiste a algo terceirizado, especialmente em transmissões ao vivo (BAKER, 2009; PATERSON, 2010a).

<sup>164</sup> “The way we write headlines is extremely important. They sell our stories to our clients. The aim has always been to include as much information as possible in the headline, but to write it in an eye-catching and concise way. We should make headlines as punchy as possible so that they attract attention to the story, build expectation and encourage clients to read on. We tell, but we also have to sell.” Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/The\\_Complete\\_Reuters\\_Video\\_News\\_Handbook](http://handbook.reuters.com/index.php/The_Complete_Reuters_Video_News_Handbook)>. Acesso em: 20 abr. 2009.

<sup>165</sup> Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/The\\_Complete\\_Reuters\\_Video\\_News\\_Handbook](http://handbook.reuters.com/index.php/The_Complete_Reuters_Video_News_Handbook)>. Acesso em: 20 abr. 2009.

Summarise the content of each shot, being as specific as you can. Similar shots can be grouped together (**Resuma o conteúdo de cada *take*, sendo o mais específico que puder. Imagens similares podem ser agrupadas**).

Example (**Exemplo**):

1. VARIOUS OF REFUGEES CROSSING THE BORDER (**vários refugiados atravessando a fronteira**).

But refer in detail to any specific shots of interest (**Mas faça referência a detalhes interessantes**):

1. WOMAN CARRYING CRYING BABY (**mulher carregando bebê chorando**)
2. MAN WIPING BLOOD FROM A HEAD WOUND (**homem enxugando sangue de um ferimento na cabeça**)

Highlight any significant change of content (**Destaque qualquer mudança significativa de conteúdo**):

1. REFUGEES WALKING ALONG ROAD (**refugiados andando na estrada**)
2. REFUGEES SITTING UNDER SHELTERS (**refugiados dentro de abrigos**)

**Figura 21** Modelo ideal de *script* da Reuters TV

Os *feeds* são pensados à luz do paradigma da obsessão pela produtividade jornalística industrial: ou seja, máximas ofertas de matéria-prima intangível (informação), mas que propiciam o mínimo de esforço e custo operacionais (SQUIRRA, 2007). É uma oferta que impressiona a clientela por sua aura pragmática e que, por outro lado, reforça os “processos hipertaylorizados de utilização de mão-de-obra jornalística”, como escreve Ciro Marcondes Filho (1993, p. 108). Nesses processos, o ritmo acelerado das redações prioriza a seleção de profissionais que possam cumprir prazos e dar conta das exigências de tempo, forjando uma eficiência mais atrelada ao cumprimento de tarefas e à velocidade do sistema do que propriamente à acuidade e à qualidade informacional (MORETZSOHN, 2002).

Ainda sobre a formatação dos conteúdos disseminados pelas agências, é preciso destacar, também, a fórmula adotada para preservar a credulidade da narrativa. Se a história refere-se a uma passeata que terminou em confrontos, normalmente a reportagem disponibilizada pelas agências inclui um depoimento de um manifestante agredido, um trecho de uma entrevista coletiva concedida por uma autoridade local, um grito de guerra, um discurso, qualquer fundo sonoro (*background*) que, como lembra Guilherme Rezende (2000, p. 150) ajuda a atribuir mais “realismo” e autenticidade às matérias jornalísticas.

As duas agências, por meio de seus manuais de operações editoriais, sugerem que o *soundbite*, o momento da fala de um entrevistado,<sup>166</sup> seja igualmente selecionado com rigor e editado para melhor aproveitamento por parte das emissoras, permitindo clareza na identificação dos personagens diretamente envolvidos nos fatos (KALBFELD, 2001).<sup>167</sup>

As agências buscam formatar suas reportagens de maneira que atendam e contemplem a logística das redações mundiais, inclusive antevendo tensões e pressões. Adotam procedimentos para estreitar o tempo existente entre a prospecção da notícia, seu tratamento e finalização. Trata-se daquilo que Carlos Eduardo Franciscato (2000) percebe como o cerne das organizações jornalísticas: “A economia de tempo no processamento da informação” e a “rapidez com que o produto é transformado em conteúdo noticioso”. Visa-se, com essas estratégias, constituir mecanismos no controle e na segurança do material veiculado aos clientes.

### 3.3.2 Procedimentos éticos

Dizem respeito aos cuidados de utilização e manuseio dos conteúdos, mencionando desde a origem da notícia (procedência das fontes) até o compromisso de não adulteração do áudio e imagem originais (por conveniência de edição), bem como a transcrição literal do trecho selecionado da entrevista.<sup>168</sup> Esses procedimentos incluem, também, códigos próprios que implicam proteger os clientes de informação dúbia: gerar imagens de arquivo somente se for extremamente necessário, mesmo assim, deixando explícito quando e em que circunstâncias foram colhidas. O objetivo é evitar a indução a erros, esses muito comuns nos processos de manufatura da reportagem com vistas à exibição simultânea.<sup>169</sup> Há normas para práticas editoriais: informar que o suprimento noticioso captado em “campo” foi resultado de

<sup>166</sup> No jargão das redações brasileiras, são as “sonoras” (PATERNOSTRO, 1999, p. 151).

<sup>167</sup> Em geral, tem-se como regra nas redações que o *background* de um entrevistado deve ser colocado na edição exatamente no momento em que o repórter faz referência à citação. Ao elevar o volume do som, intenta-se que o telespectador perceba que houve uma preocupação com a acuidade na tradução (REZENDE, 2000).

<sup>168</sup> Em *Translation in Global News*, Bielsa e Bassnett (2009) defendem que a tradução de notícias realizada pelas agências não se caracteriza pela mera aplicação técnica de regras, mas reflete um conjunto de ideias, valores e visões do mundo que transformam e impactam nos conteúdos.

<sup>169</sup> Em caso de desastres de avião, por exemplo, recomenda-se que os produtores das agências usem arquivos com muita cautela, para evitar que emissoras, dispostas a dar furo na concorrência, acabem associando uma imagem de arquivo à do avião que acabou de cair. Mesmo as fotos de modelos similares de aeronaves devem ser distribuídas somente em casos de urgência, pois a simples irradiação de uma imagem antiga pode levar a emissora a concluir que se trata do mesmo avião envolvido no acidente recente. A Reuters deixa inclusive claro que boa parte dos seus clientes de canais de notícias 24 horas se utiliza das imagens da agência antes de receber o *script* definitivo. Com isso, podem interpretar as imagens de maneira precipitada. Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/The\\_Complete\\_Reuters\\_Video\\_News\\_Handbook](http://handbook.reuters.com/index.php/The_Complete_Reuters_Video_News_Handbook)>. Acesso em: 20 abr. 2009.

uma viagem apoiada por exércitos e grupos da sociedade civil, ou cedido por organizações com interesses específicos, como no caso da ação israelense à flotilha humanitária rumo à Faixa de Gaza, cujos *scripts* serão reproduzidos adiante.

Uma conduta também esperada por parte dos editores das agências é alertar sobre a total autonomia e responsabilidade do material exibido. Ressaltam-se as implicações jurídicas e comerciais para uso indevido de imagem, como apropriar-se de imagens restritivas a alguns países ou veículos concorrentes (por exemplo, uma imagem exclusiva vendida pela TV Globo será possivelmente restritiva para uso nas emissoras brasileiras).

Por fim, qualquer imagem que possa alavancar dilemas de ordem moral merece ser destacada, como no *feed* que a seguir, no qual um protesto na Tailândia contém gestos obscenos de manifestantes:

**AP-APTN-2330: Thailand Protest**

AP-APTN-2330: Thailand Protest Sunday, 1 August 2010

STORY: Thailand Protest- REPLAY Red Shirt political activist leads march against government

LENGTH: 02:01

FIRST RUN: 1330

RESTRICTIONS: AP Clients Only

TYPE: Thai/Nat

SOURCE: AP TELEVISION

STORY NUMBER: 653023

DATELINE: Bangkok - 1 Aug 2010

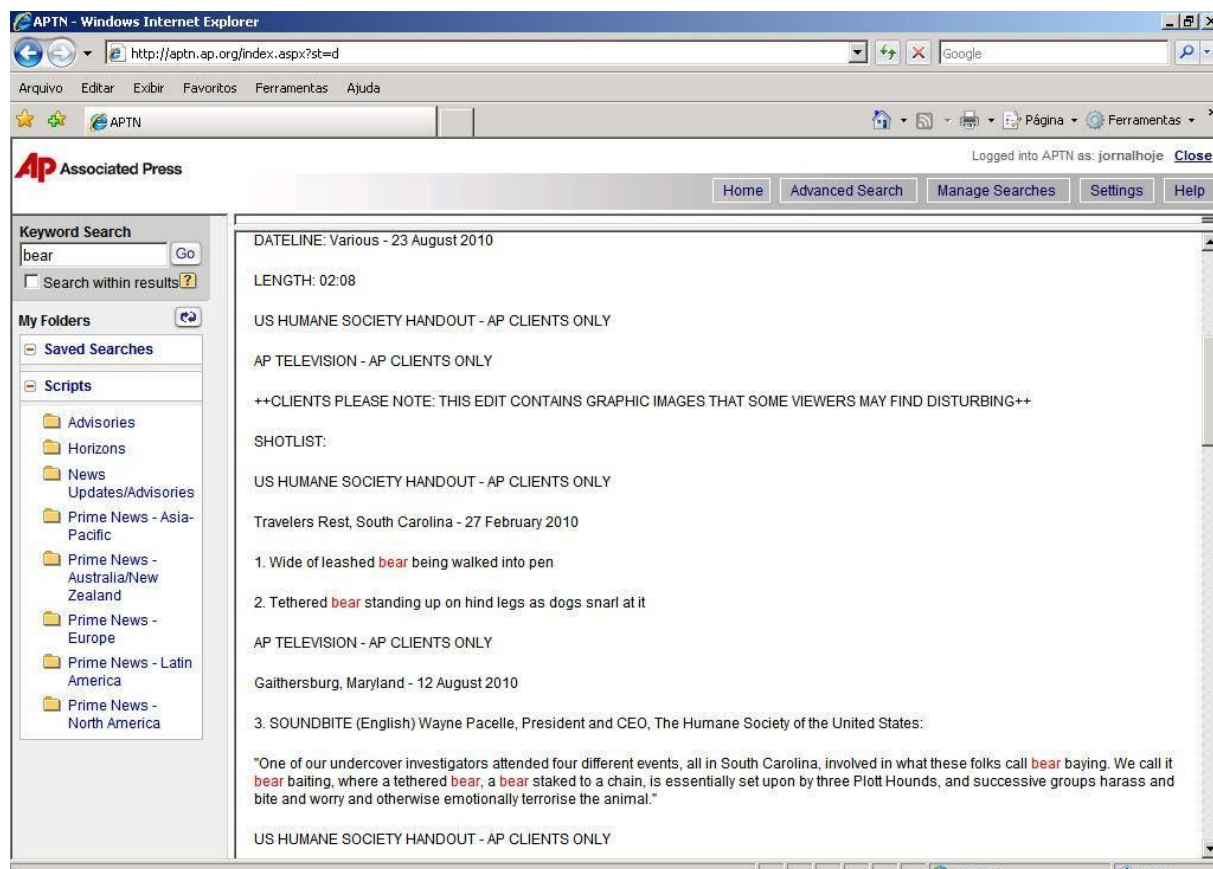
LENGTH: 02:01

++CLIENTS NOTE: SHOT 15 SHOWS PROTESTERS MAKING OBSCENE HAND GESTURES++

**Figura 22** Parte do *script* da APTN contendo alerta sobre gestos obscenos que aparecem nas imagens

No *script*, pode haver também ainda um aviso sobre as imagens chocantes produzidas por terceiros, como ONGs de defesa de animais:<sup>170</sup>

<sup>170</sup> Em geral, os vídeos de ONGs são primeiramente postados no *site* das entidades, que usam as agências para disseminá-los globalmente, sem custos. Nesse caso, a *Humane Society of the United States* denunciou maus-tratos de ursos nos Estados Unidos, após uma investigação minuciosa e paralela à polícia. Veja também nos anexos o exemplo de uma reportagem sobre o Afeganistão, em setembro de 2010, somente realizada porque o cinegrafista da APTN se infiltrou numa ação militar comandada por forças americanas. A agência inclusive avisa



**Figura 23** Script da APTN contendo alerta sobre imagens que podem chocar os telespectadores

Encontra-se aqui um círculo vicioso: os *feeds* são dotados de uma garantia mínima de que foram validados e legitimados pelas agências; ao mesmo tempo, a Reuters e a AP se eximem de qualquer dolo causado pela exibição. Os clientes gozam de uma liberdade bastante conveniente para as agências:

Como agência, estamos muito mais inclinados do que uma emissora a distribuir este tipo de material com a finalidade de contextualizar historicamente os fatos, e deixando que os clientes decidam se colocam no ar [...]. Nós precisamos alertar aos clientes, de maneira evidente nos *scripts*, sobre os conteúdos dramáticos que se seguem para que eles possam tomar decisões que julgam apropriadas, e também para proteger seus funcionários.<sup>171</sup>

---

ao cliente que as imagens foram primeiramente submetidas ao crivo do comando dessas tropas antes de serem finalmente divulgadas.

<sup>171</sup> “As an agency we are more likely than a broadcaster to lean on the side of distributing such material for the sake of historical accuracy and context and leave it to this discretion of subscribers as to what they put to air... We must alert clients boldly in our scripts that graphic or explicit content follows so they may take any measures they deem appropriate to shield their newsroom staff.” Cf.

<[http://handbook.reuters.com/index.php/The\\_Complete\\_Reuters\\_Video\\_News\\_Handbook](http://handbook.reuters.com/index.php/The_Complete_Reuters_Video_News_Handbook)>. Acesso em: 20 abr. 2009.

O executivo da APTN, Nigel Baker (2009, p. 50), comenta sobre o controverso vídeo captado por um celular sobre a execução do ex-ditador iraquiano Saddam Hussein, em 2006, para enfatizar a independência das emissoras:

O retorno que tivemos dos clientes é que eles queriam ter acesso a todo o conteúdo do vídeo de Saddam Hussein, para que pudessem tirar suas conclusões editoriais. Nesse episódio, diferentes emissoras do mundo trataram o assunto de forma diferente. Algumas empresas colocaram no ar a imagem sem cortes, mas obscurecendo a execução. Outras cortaram o vídeo antes da execução. Não tenho conhecimento de empresas que apenas reproduziram o original, sem edição. A única reclamação registrada foi feita por um cliente que perdeu a nossa geração e não conseguiu gravar.<sup>172</sup>

### 3.3.3 Procedimentos operacionais ou logísticos

Dizem respeito às estratégias para apressar a finalização e melhorar o aproveitamento dos informes. As agências fazem uma edição com imagens em movimento de, no mínimo, 6 segundos cada, já que sofrerão novos cortes e serão reeditadas pelo cliente. As agências descrevem fielmente as locações e as fontes para evitar equívocos na justaposição entre a imagem e o texto, isto é, o que diz a narrativa do repórter. Também é mencionado se o conteúdo é inédito ou se trata de uma mera repetição do que já foi distribuído.

Esses são mecanismos para assimilação dos conteúdos essenciais às necessidades imediatas dos clientes. Como ocorre com os jornais impressos desde o século 19, há uma discrepância entre o grande volume que é despachado diariamente pelas agências e o que é, de fato, passível de absorção real pelos veículos de imprensa (KUNCZIK, 2002; MURO BENAYAS, 2006). Os *feeds* precisam, portanto, ser reduzidos nos formatos visuais e textuais. Dois parágrafos são o máximo necessário para a redação de um acontecimento imprevisto, um *breaking news* (COTTLE, 2009).<sup>173</sup> Novos parágrafos e imagens são acrescentados para serem aproveitados ao longo do dia,<sup>174</sup> à velocidade em que outras informações vão sendo tributadas aos fatos. Para eventos programados ou coberturas em

<sup>172</sup> “The feedback from customers was that they wanted to see Saddam’s video in full to make their own editorial judgments. In the event, different broadcasters around the world used in it different ways. Some ran the video before at full length but obscured the execution. Others stopped the video before the execution. I am not aware of any which ran it in its entirety and unedited. The only recorded complaint was from a customer who had missed the video and failed to record it.”

<sup>173</sup> Aqui não cabe uma discussão longa sobre este conceito, que é bem menos limitado do que parece.

<sup>174</sup> É preciso considerar que as emissoras quando assinam os contratos das agências têm acesso aos serviços de texto. Quando um fato ocorre, informações essenciais são disparadas para os clientes, em forma de alertas de urgência (*news alert/flash*) (Associated Press, 2006). Assim, a morte de Ray Charles foi comunicada em 2004 às 13h38 por meio de 26 palavras: às 13h41 já constavam 53 palavras e, meia hora depois, 449 palavras, agora acompanhadas de imagens de arquivo (BIELSA; BASSNETT, 2009).

andamento (um seminário internacional, o diário de uma guerra), o limite estabelecido circunda até cinco parágrafos. A regra é flexibilizada diante de ocorrências com implicações surgidas continuamente, quando os últimos *scripts* devem ser reciclados e precisam resumir todas as repercussões do acontecimento. Finalmente, recomenda-se que os *scripts* sejam disponibilizados às emissoras até 15 minutos depois de as imagens terem sido enviadas, pois se tornam inúteis quando acessados após a exibição de um telejornal.<sup>175</sup> Sendo ainda mais preciso, Baker (2004, p. 65) dimensiona o valor da velocidade na APTN:

É um mundo onde a diferença entre fracasso e sucesso pode ser medida em questão de minutos. Se, por exemplo, uma história importante para a Austrália for gerada para as redes de televisão daquele país cinco minutos depois de seus principais telejornais noturnos, seu valor diminui imensamente. Eles preferem receber partes da reportagem a recebê-la completa depois do *deadline*. E o mesmo pode se aplicar a todos os grandes veículos do mundo.<sup>176</sup>

A preocupação em colaborar com a dinâmica fabril das redações das emissoras é tão prioritária que o processo de pulverização de notícias vem em conta-gotas. Um discurso inédito de uma autoridade pode ser reproduzido por uma agência em várias etapas, como relata Beth Colson, editora da APTN em Londres:

Mandamos *scripts* “preliminares”, quando ainda estamos apurando e checando a informação. Por exemplo, hoje, os ministros da Índia e da Tailândia fizeram pronunciamentos inesperados em seus idiomas locais sobre os graves atentados terroristas. Nossos correspondentes não foram avisados. A saída foi retransmitir as entrevistas diretamente para os nossos assinantes. Ao mesmo tempo, acionamos, aqui em Londres, tradutores *free lancers* para capturar a “essência” das falas. Vamos gerando mais trechos. Vamos entendendo melhor a notícia e descarregando mais *scripts* ao longo do dia.<sup>177</sup>

Mostra-se a seguir como esses procedimentos das agências se traduzem diariamente no envio de *scripts* às redações. Nas páginas subsequentes, circulam-se os detalhes que espelham as condutas tratadas aqui, dessa vez de forma mais resumida:

<sup>175</sup> Cf. <[http://handbook.reuters.com/index.php/The\\_Complete\\_Reuters\\_Video\\_News\\_Handbook](http://handbook.reuters.com/index.php/The_Complete_Reuters_Video_News_Handbook)>. Acesso em: 20 abr. 2009.

<sup>176</sup> “It is a world where the difference between success and failure in delivering the video to customers can be measured in minutes. If, for instance, a key story of Australian interest is delivered to the Australian TV networks five minutes after their main evening newscasts, its value to them will be diminished immensely... They would prefer part of the story by their main deadline, rather than the whole story five minutes after it. The same is true for broadcasters in every major news market around the world.”

<sup>177</sup> Em depoimento à autora, em 26 de novembro de 2008.

REUTERS VIDEO POINT

+44 (0) 207 542 2244

REUTERS

Back

1117WD AT SEA-FLOTILLA RAID:NGO @ May 31 12:16 (4 days ago) New question about this script

Original Script Date May 31 11:48 (4 days ago) Modified Script Date May 31 12:16 (4 days ago)

Script Version 2

**manchete principal**

Headline **Gaza flotilla activists video deadly Israeli raid.**

Services World

Location AT SEA

Dates Shot MAY 31, 2010

Sound **idiomas dos entrevistados**  
NATURAL WITH SPANISH SPEECH / ENGLISH AND TURKISH COMMENTARY

Duration 4:24

Source **fonte da reportagem**  
CANALSOLIDARIO.ORG/IHH (não é material da Reuters, mas de outra empresa)

Restrictions NONE

Intro A Spanish member of the Gaza aid flotilla appeals for international attention as Israeli forces prepare to intercept. Shortly afterwards, Israeli troops board the ships, killing at least 10 activists.

Intro A Spanish member of the Gaza aid flotilla appeals for international attention as Israeli forces prepare to intercept. Shortly afterwards, Israeli troops board the ships, killing at least 10 activists.

**aviso de que agora está completo**

RESENDING FULL SCRIPT

Shotlist AT SEA (MAY 31, 2010) (CANALSOLIDARIO.ORG - ACCESS ALL)

1. (SOUNDBITE) (Spanish) NGO "CULTURA, PAZ Y SOLIDARIDAD" ACTIVIST, MANUEL TAPIAL, SAYING:

"We are around 90 miles away from the coast. Three Israeli frigates are threatening us. We can see one from here and we suppose the other two must be in a close radius. All on the ship have been alerted, as you can see we're all prepared with our lifejackets, and people are ready to resist peacefully in case they attack tonight. We think it's absolutely ridiculous to attack at night because it could lead to killing people and that's something we don't want. We're pacifists, and the chaos that an attack could bring taking into account the large number of people we are and (that it would be) on a ship like this could be fatal. We have asked people through social networks and the Net to ask their politicians to be active so that they spend the night with us aware of what could happen. We're transmitting live through satellite, it can be followed on the Net. We think it is necessary that the international community doesn't sleep tonight, stands by our side giving us support and tell their politicians to react now."

**transcrição literal da entrevista**

AT SEA (MAY 31, 2010) (IHH 'TURKISH RELIEF FOUNDATION' - ACCESS ALL)

- ISRAELI MILITARY BOATS ALONGSIDE GAZA AID FLOTILLA SHIPS
- ISRAELI SPEEDBOAT
- ANOTHER ISRAELI BOAT
- CLOSECIRCUIT CAMERA FOOTAGE OF ARMED ISRAELI COMMANDOS STANDING ON SHIP
- COMMANDOS STANDING ON BRIDGE OF SHIP, ABOVE TURKISH FLAG, WITH GUNS RAISED
- PRO-PALESTINIAN ACTIVISTS, WEARING GAS MASKS, ATTENDING TO WOUNDED MAN
- ISRAELI COMMANDOS ON BRIDGE

**advertência de que imagens foram escolhidas por fontes que não a agência**

Reuters reported on footage which showed Israeli troops boarding the aid flotilla ships, which were being prepared for an attack tonight, said Manuel Tapial, an activist with NGO 'Cultura, Paz y Solidaridad' (Culture, Peace and Solidarity).

"We think it's absolutely ridiculous to attack at night because it could lead to killing people and that's something we don't want. We're pacifists, and the chaos that an attack could bring taking into account the large number of people we are and (that it would be) on a ship like this could be fatal. We have asked people through social networks and the Net to ask their politicians to be active so that they spend the night with us aware of what could happen. We're transmitting live through satellite, it can be followed on the Net. We think it is necessary that the international community doesn't sleep tonight, stands by our side giving us support and tell their politicians to react now," he added.

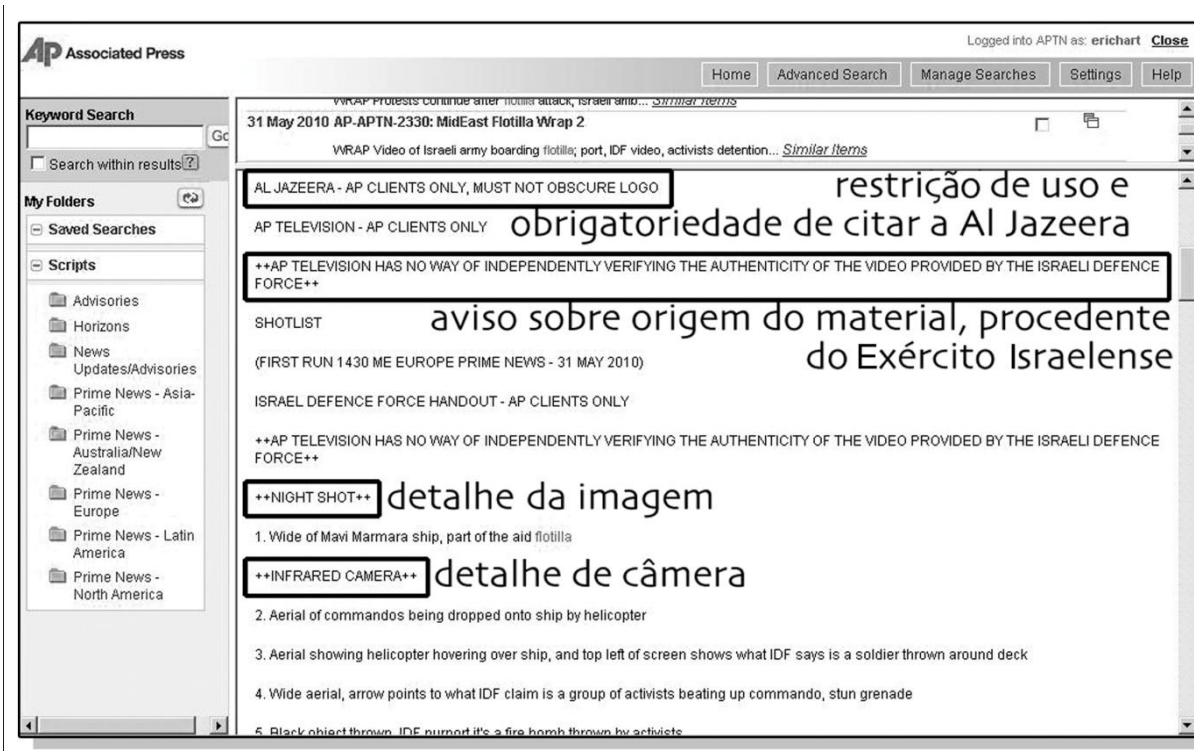
**advertência de que imagens foram escolhidas por fontes que não a agência**

Pictures recorded by flotilla organisers from the Turkish Relief Foundation (IHH) appeared to show armed Israeli commandos on board the ships. One masked activist is seen throwing an object towards them, while others attend to the wounded.

The bloodshed sparked street protests and government ire in Turkey long Israel's lone Muslim ally in the region, which had supported the convoy. Ankara recalled its ambassador from Israel and Turkish President Abdullah Gul demanded that the culprits be punished.

The European Union demanded an inquiry and France and Germany said they were "shocked." The United Nations condemned violence against civilians in international waters.

Israeli officials said the marines were met with gunfire and knives when they boarded the ships, which included a large ferry flying the Turkish flag. Activists seized at least two pistols from the boarding party, the officials said.



**Figura 24** Scripts da Reuters TV e da APTN, com destaques de avisos para os editores das emissoras<sup>178</sup>

Os *feeds* (APTN News Service e Reuters World News Service) permitem, portanto, o escoamento informacional constante, 24 horas por dia. A APTN transmite, diariamente, 23 boletins a cada hora, contendo de duas a oito reportagens, com similitudes e temas variados constantemente atualizados. Tais temas são “encaixados” um a um, num pacote planejado conforme demandas editoriais e logísticas, justamente para servir como ferramenta de apoio aos clientes submetidos a diferentes fusos horários. Desta forma, às 17h30, pelo horário de Brasília, a empresa dissemina, a partir de sua sede, em Londres, um *feed* com vídeos que julga de interesse maior da América Latina. Denominado de “Prime News – Latin America”, esse *feed* é voltado para atender aos principais noticiários noturnos das emissoras na região, por tradição exibidos entre 19h e 21h. Similarmente, nas primeiras horas da madrugada, os vídeos são selecionados e recombinaos em decorrência do planejamento dos clientes da Ásia/Pacífico (Prime News Asia-Pacific/ Austrália), priorizando a zona de interesse geopolítica asiática e suas afinidades temáticas. Todavia, o envio do material não é diferenciado por país, não havendo diferença, por exemplo, entre o que é difundido para o Brasil, os Estados Unidos ou a China. Como o ciclo de informação é retroalimentado a cada hora, o cliente de qualquer parte do mundo pode abastecer-se regularmente. A APTN funciona em ritmo 24 horas, conforme a reprodução de sua programação a seguir:

<sup>178</sup> Nos anexos contam também restrições ao uso de material da agência pela Al-Jazeera.

AP Associated Press

WEDNESDAY, 9 June 2010 17:48 GMT

Keyword Search  Advanced Search

my Account → Register  
 username  
 \*\*\*\*\* go  
 Remember login?  
 → Forgotten password?  
 → Scripts & Text  
 → Direct Online  
 → Live Help  
 → News Guide  
 → Email Alerts

Media Products  
 News  
 Direct  
 Entertainment  
 Horizons  
 Technology  
 Sports News TV  
 earthTV  
 Archive  
 GraphicsBank  
 Images  
 International Text  
 DataStream  
 Headline

Global Media Services  
 Events  
 Customised Production  
 Global Facilities  
 Corporate Services

Season: Summer: 28 March 2010 to 31 October 2010  
 Feed: All Download Schedule

TIME (GMT)	FEED	DAYS
00:00 - 00:20	Entertainment Daily News (Americas Late)	Mon - Fri
00:20 - 00:30	Celebrity Extra	Mon - Fri
00:30 - 00:45	News Update 0030	Daily
00:55 - 01:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
01:00 - 01:10	SNTV Asia Extra	Daily
01:10 - 01:30	GMS - Broadcast	Daily
01:30 - 01:55	Prime News - Australia/New Zealand	Daily
01:55 - 02:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
02:00 - 02:30	World Business (Captioned) (Subscribers only) ...more	Fri
02:00 - 02:30	Corporate Services	Mon - Thur, Sat - Sun
02:30 - 02:45	News Update 0230	Daily
02:45 - 03:30	General News Service	Sun
02:45 - 02:55	LN Feed (Refeed) ...more	Mon - Sat
02:55 - 03:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Mon - Sat
03:00 - 03:30	World Business (Clean) (Subscribers only) ...more	Fri
03:00 - 03:30	Entertainment NOW	Sat
03:00 - 03:30	Corporate Services	Mon - Thur
03:30 - 03:55	Prime News - Europe	Daily
03:55 - 04:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
04:00 - 04:20	SNTV Europe/Middle East Early	Daily
04:30 - 04:45	News Update 0430	Daily
04:45 - 04:55	GMS - Broadcast	Daily
04:55 - 05:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
05:00 - 05:20	Horizons	Daily
05:20 - 05:30	Archive Extra ...more	Mon - Fri
05:30 - 05:45	News Update 0530	Daily
05:45 - 05:55	Technology	Mon - Thur
05:55 - 06:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
06:00 - 06:20	Entertainment Daily News (Asia)	Mon - Fri
06:20 - 06:30	Celebrity Extra	Mon - Fri
06:30 - 06:55	Prime News - Asia-Pacific	Daily

feeds entre 06:55 e 20:00

20:00 - 20:20	Entertainment Daily News (Americas Early)	Mon - Fri
20:20 - 20:30	Celebrity Extra	Mon - Fri
20:30 - 20:55	Prime News - Latin America	Daily
20:55 - 21:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
21:00 - 21:30	SNTV Americas Late	Daily
21:30 - 21:45	News Update 2130	Daily
21:45 - 21:55	LN Feed ...more	Mon - Sat
21:55 - 22:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily
22:00 - 22:25	GMS - Broadcast	Daily
22:25 - 23:05	ABC World News (Subscribers only) ...more	Daily
23:05 - 23:30	ABC Overrun Window	Daily
23:30 - 23:55	Prime News - Americas	Daily
23:55 - 00:00	earthTV (Subscribers only) ...more	Daily

Copyright © AP Television News 2005 - 2010. All rights reserved. Privacy Policy Terms and Conditions

Figura 25 Reprodução da programação da APTN em 09 de junho de 2010<sup>179</sup>

<sup>179</sup> Para efeito de compreensão da figura, não foram incluídos todos os feeds gerados. A ideia dessa reprodução é mostrar a grade da agência, que, a cada hora, retransmite um boletim de aproximadamente 25 minutos.

Desde 2008 a Reuters pôs fim ao fornecimento de pacotes com horários fixos e pré-determinados, adotando a transmissão flexibilizada, via internet, à medida que cada reportagem é finalizada para *download* imediato, diretamente no servidor das emissoras, por meio de um *software* específico. Porém, a Reuters ainda mantém “subcategorias” para melhor identificação cognitiva dos seus conteúdos. Chama de “Asia” aqueles boletins com vinculações ao Japão, à China, à Índia e ao Afeganistão, como exemplificamos na figura abaixo:

SERVICES	MORE	TYPE	GMT DATE	ITEM ID	TITLE	SERVICE	ASK
<input checked="" type="checkbox"/> ALL		★	Jun 09 07:07 (10 hours ago)	3034SE	INDIA-FISH MEDICINE - Asthma patients throng for miracle fish cure in sou	Subcon Extra	
ADVISORIES		★	Jun 09 06:36 (10 hours ago)	3043SE	TURKEY-INDIA MINISTER - Infrastructure of terrorism needs to be dismant	Subcon Extra	
<input checked="" type="checkbox"/> Advisory		★	Jun 09 06:31 (10 hours ago)	3047SE	INDIA-SRI LANKA PRESIDENT - Sri Lanka's President to strengthen bilater	Subcon Extra	
LIVES & FLASHES		★	Jun 09 06:11 (11 hours ago)	3038AS	AFGHANISTAN-KANDAHAR PATROL - Canadian soldiers patrol in Panjw	Asia	
<input checked="" type="checkbox"/> Lives & Flashes		★	Jun 09 04:51 (12 hours ago)	3046AS	SOUTH KOREA-NORTH-DMZ TOUR - North Korean soldiers at Panmunjom	Asia	
CORE		★	Jun 09 04:35 (12 hours ago)	3033AS	CHINA-FLOODS - Floods kill six and force thousands out of their homes in	Asia	
<input checked="" type="checkbox"/> America		★	Jun 09 04:35 (12 hours ago)	3026LI	INDONESIA-HORSES - The poor treatment of horses may threaten tourism	Lifel	
<input checked="" type="checkbox"/> Asia		★	Jun 09 04:17 (13 hours ago)	Advisory	SUBCON X JUNE 09, ADVISORY 1 - SUBCON X JUNE 09, ADVISORY 1	Subcon Extra	
<input checked="" type="checkbox"/> Europe		★	Jun 09 04:06 (13 hours ago)	Advisory	FINANCIAL VIDEO.BVO LATEST AT 0400GMT WEDNESDAY, JUNE 9, 20	Financial	
<input checked="" type="checkbox"/> Latin		★	Jun 09 04:06 (13 hours ago)	Advisory	REUTERS REPORTS.NVO LATEST AT 0400GMT WEDNESDAY, JUNE 8, 2	R.Rep	
<input checked="" type="checkbox"/> Lifel		★	Jun 09 04:05 (13 hours ago)	Advisory	FINANCIAL VIDEO.BVO LATEST AT 0400GMT WEDNESDAY, JUNE 9, 20	Financial	
<input checked="" type="checkbox"/> Sports		★	Jun 09 03:57 (13 hours ago)	Advisory	REUTERS WORLD NEWS LATEST AT 0330GMT WEDNESDAY JUNE 9, 20	World	
<input checked="" type="checkbox"/> World		★	Jun 09 03:10 (14 hours ago)	3024AS	CHINA-NEW LABOUR - New generation shakes China labour landscape.	Asia	
OTHER		★	Jun 09 02:57 (14 hours ago)	3031SB	JAPAN-LEE BYUNG HEON - Korean superstar Lee Byung-Heon talks about	Showbiz	
<input checked="" type="checkbox"/> Af Daily		★	Jun 09 02:52 (14 hours ago)	Advisory	ASIA STORIES FOR WEDNESDAY, JUNE 9, 2010 - ASIA STORIES FOR W	Asia	
<input checked="" type="checkbox"/> Af Jour		★	Jun 09 00:42 (16 hours ago)	Advisory	REUTERS WORLD NEWS LATEST AT 0030GMT WEDNESDAY JUNE 9, 20	World	
<input checked="" type="checkbox"/> Arabic Rep		★					
<input checked="" type="checkbox"/> CEEF		★					
<input checked="" type="checkbox"/> EVO		★					

**Figura 26** Tabela de *feeds* Reuters TV já disponíveis para *download* em 9 de junho de 2010

É irrefutável que, em casos de eventos noticiosos de grande impacto, muitas dessas regras sejam abandonadas pelas agências. Richard Schwarzlose (1992) lembra que as normas das empresas se rompem facilmente e os pacotes previstos na programação são rapidamente substituídos por outros itens prioritários, conforme a demanda do dia. Um acidente de avião ou um ato terrorista podem se transformar em vários subitens retrabalhados, ou acabam se tornando as únicas ofertas do dia. Essa dinâmica produtiva se confirmou durante a cobertura do terremoto no Haiti, em 2010, quando a tragédia ocupou, nos primeiros dias, de 50% a 80% dos vídeos irradiados pelas duas agências. Na semana escolhida para a outra análise de

conteúdo, em agosto do mesmo ano, as chuvas que arrasaram o Paquistão dominaram todos os boletins da APTN.

Em ambas as agências, até 300 vídeos são distribuídos por dia, incluindo aqueles não inseridos nos contratos básicos dos assinantes: desatrelados aos acontecimentos factualizados do dia e geralmente preparados com temários ligados a tecnologia, comportamento, entretenimento, celebridades, meio ambiente, saúde e ciência.

Há, contudo, uma endêmica dicotomia entre o fluxo volumoso e a amplitude de temas e regiões. Das cerca de 200 reportagens daquilo que Lehman-Wilzig e Seletzky (2010) reclassificaram como “general” e “hard news”, há indícios de que entre 40 e 60 são, de fato, diferenciadas entre si apresentam uma vasta gama de perspectivas e atores sociais. Uma mesma ocorrência pode ser emanada várias vezes ao dia, em várias versões, para se encaixar na viabilização operacional das agências.

A participação observacional nas empresas e a pesquisa quantitativa, apoiada por vários estudos semelhantes (CLARE, 1997; PATERSON, 1998), sugerem que os assuntos são muito mais reciclados do que propriamente novos e ampliados, com explícitos favorecimentos. Os Estados Unidos e a União Europeia não apenas estabeleceram as regras do jogo geopolítico, mas continuam ditando o agendamento primordial das agências. Os gigantes da Ásia, como Índia, China e Coreia do Sul, agora também despontam como países de extrema relevância para as agências.

A ampla diversificação dos serviços das agências caracteriza-se por um movimento duplo: de um lado, restitui sua capacidade de manufaturar um produto; de outro, mobiliza resultados financeiros mais imediatos e lucrativos. Tanto Manuel Castells (2005a) como Richard Sennett (2006) destacam como o *know-how* administrativo e as condições tecnológicas possibilitaram que as empresas dessa nova economia informacional funcionassem dentro de um círculo de inovação e produtividade.

É importante ter isso em mente ao analisar os serviços da AP e Reuters, que vão muito além da manutenção regular do noticiário. As duas agências fazem igualmente uma intermediação estrutural para as emissoras de televisão: é possível encomendar reportagens exclusivas, alugar equipamentos e estúdios, dispor de consultorias para *softwares* e equipamentos, contratar profissionais de vários setores e dar treinamento.

O banco de imagens é provavelmente um dos departamentos mais lucrativos das agências, que, em seus *sites* institucionais, anunciam itens datados de 1896. Para a maior parte dos assinantes que compra um pacote básico da Reuters, receber imagens de arquivo é uma operação expressamente dispendiosa. Vídeos como esses só são gratuitos e incluídos em

pacotes já pagos pelos clientes (emissoras ou portais) quando anexados como parte da cobertura factualizada. De modo mais claro: no dia da morte de Yves Saint Laurent, houve uma cessão de fotos e imagens antigas do estilista francês. Mas, se semanas depois a mesma emissora necessitasse, por alguma razão, utilizar uma imagem dele, teria que pagar pela pesquisa e recepção do vídeo.<sup>180</sup> Os valores dependem do tempo de cada reportagem e geralmente são negociados por minuto gerado, entre US\$ 1 mil e US\$ 1,5 mil. O uso de fotos de arquivo da Reuters, cujo acervo é bem maior do que o de imagens da Reuters TV, só é permitido se as emissoras comprarem as fotos em separado, pois a maior parte dos acordos entre os canais de tevê e a agência não prevê liberação gratuita de fotos antigas. Elas custam às tevês, por unidade ida ao ar, em média, US\$ 100. Mas o preço varia de agência a agência. A France Presse, por exemplo, cobrou 150 dólares para vender, à TV Globo, a foto de uma diplomata da União Europeia com o negociador nuclear iraniano, antes de a mesma ser manipulada pelos jornais iranianos, que censuraram o decote da mulher.

A APTN é líder no mercado para as transmissões diretas e para tratar de segmentos corporativos, gerando vídeos promocionais de grandes empresas. Se há uma tragédia envolvendo brasileiros no exterior, por exemplo, qualquer emissora comercial no Brasil pode comprar um horário de satélite da APTN, que, por sua vez, poderá também fornecer câmeras, cinegrafistas e outros funcionários para que seu correspondente apareça num telejornal brasileiro, das principais capitais do mundo, por meio de *links* montados em caminhões externos. Os valores cobrados são negociados a partir de uma tabela mínima, mas que varia de empresa a empresa. Quinze minutos custam entre US\$ 1 mil e US\$ 1,5 mil. Uma transmissão de 50 minutos sairá em torno de US\$ 4 mil.<sup>181</sup>

### **3.4 Going live: criando infraestrutura nas transmissões ao vivo**

Pode-se creditar o êxito dos canais 24 horas à escala dos conteúdos massificados e fabricados pelas agências. Por essa razão, é preciso examinar especificamente o papel das empresas aqui investigadas no que tange à transmissão direta nos veículos denominados *all news* (SOUZA, 2005). Transmissões ao vivo fora do estúdio dão ao telespectador a impressão

<sup>180</sup> As imagens só ficam disponibilizadas no servidor da Reuters TV por 12 dias. Os *scripts* ficam no sistema por 30 dias.

<sup>181</sup> As agências privadas não são as únicas que negociam essas posições, mas também as que atuam de maneira mais agressiva neste mercado. A EBU e as redes americanas NBC e CNN também disputam o nicho, bem como uma infinidade de operadoras como a Aldea Vision. Esses valores variam muito, de acordo com o dia, o horário, e as rotas de satélite. A NBC cobrou à TV Globo US\$ 550 para 15 minutos de transmissão ao vivo, em Los Angeles, por ocasião da efeméride de morte de um ano de Michael Jackson. A APTN dobrou o preço, pois tinha um melhor posicionamento de câmera no mesmo local.

de que a história está sendo vivida diante dos seus olhos. Foi assim durante os atentados terroristas de 11 de setembro e na posse do primeiro presidente negro dos Estados Unidos, Barack Obama.<sup>182</sup> A mídia promete uma experiência cotidiana de um mundo comum, é por meio dessas dinâmicas de simultaneidade que o local e o global se fundem (GIDDENS, 1991).

Nos programas jornalísticos da TV aberta, explica Yvana Fechine (2006, p. 145), essa estratégia é mais intensificada. Definida por Fechine como uma “promessa de autenticidade”, a transmissão ao vivo torna-se um recurso crucial para simular uma concomitância temporal entre a ocorrência (o momento do acontecimento) e o instante em que o fato é transmitido num telejornal.

Contudo, muitos canais *all news* não nos levam aos eventos transfronteiriços por meio de suas próprias estruturas. Muitas redes convocam o espectador a ser testemunha dos eventos mascarando suas fontes terceirizadas. Assim como William Hachten (1996), percebe-se que, ao não deixar explícita a origem de suas imagens, a emissora retransmissora de menor porte cristaliza a ilusão de que pode monitorar o mundo com mínimos investimentos. Com frequência, longas entrevistas de estúdio são intercaladas com as imagens fornecidas pelas agências, supostamente ao vivo, mas que já foram largamente utilizadas em outros telejornais, para dar ritmo ao programa.<sup>183</sup>

Coberturas ao vivo requerem um considerável planejamento. Os projetos das emissoras e canais por cabos são influenciados e construídos a partir das informações que circulam com antecedência pelas agências. É possível checar, todos os dias, a agenda da semana e do ano inteiro, pauta essa atualizada diariamente. A AP e a Reuters também são provedoras de despachos de avisos, deixando claro para seus assinantes o que se espera obter, a que horas, e o tipo de imagem a ser acessada. As figuras adiante catalisam a praticidade desses alertas, que funcionam como um cardápio das duas agências:

---

<sup>182</sup> Durante a eleição de Barack Obama, em 2008, a APTN transmitiu 27 horas consecutivas de imagens, do momento de votação à apuração dos votos.

<sup>183</sup> O recurso é muito comum nas transmissões diretas das televisões brasileiras, sobretudo em programas policiais, cujas imagens aparecem com o selo *ao vivo*, tendo, na verdade, sido gravadas anteriormente.

**WEDNESDAY, JULY 21**  
**\*\* WASHINGTON** - U.S. President Barack Obama signs the Wall Street reform bill.  
**SEOUL** - U.S. Secretary of State Hillary Clinton to visit South Korea.  
**PARIS** - German Finance Minister Wolfgang Schaubl to attend July 21 French cabinet meeting; Wolfgang Schauble and French Economy Minister Christine Lagarde will issue a joint statement.  
**ROME** - Economy Minister Giulio Tremonti speaks before Chamber of Deputies Budget Committee on government's proposed austerity measures.

-----  
**THURSDAY, JULY 22**  
**THE HAGUE** - The International Court of Justice (ICJ) expected to issue its opinion on the legality of Kosovo's independence.  
**MOSCOW** - NATO Military Committee Chairman Giampaolo Di Paola to visit Russia.  
**NEW YORK** - Brazil's presidential candidate Marina Silva visits New York City.  
**PARIS** - Scientists from CERN in Geneva will present results obtained at the LHC "Big Bang machine" that has been working full blast since late March.

-----  
**FRIDAY, JULY 23**  
**FRANKFURT** - European bank stress test results set to be disclosed.  
**HANOI** - ASEAN Regional Forum (ARF); brings together foreign ministers from over 20 countries, including ASEAN, the United States, China, Japan, South Korea, possibly North Korea, India and Russia  
**MILAN, Italy** - Italian-Russian summit with Prime Minister Silvio Berlusconi, Russian President Dmitry Medvedev and officials of energy companies.  
**BURUNDI** - Parliamentary elections.  
**SARAJEVO** - 16th Sarajevo Film Festival (to July 31). Link <http://www.sff.ba/>  
**MELBOURNE** - Melbourne International Film Festival 2010 (to Aug. 8).

-----  
**AUGUST 2010**  
**NEW YORK** - 2010 New York City Half Marathon.  
**LOS ANGELES** - Daytime Emmy Awards.  
**HEINOLA, Finland** - 12th Annual Sauna Championships.

-----  
**SUNDAY, AUGUST 1**  
**POLAND** - Poland celebrates the 66th anniversary of its war-time Warsaw Uprising against the Nazi occupation.  
**GLOBAL** - World Breastfeeding Week.  
**CHINA** - 83rd founding anniversary of the People's Liberation Army.  
**GLOBAL** - 2008 Convention on Cluster Munitions due to become binding international law.  
**SAO TOME AND PRINCIPE** - Parliamentary elections.

-----  
**WEDNESDAY, AUGUST 4**  
**NAIROBI** - Kenya to hold a referendum on a draft constitution meant to avert a repeat of the post-election tribal bloodletting that shook east Africa's largest economy in early 2008.

-----  
**THURSDAY, AUGUST 5**  
**BUDAPEST** - President Laszlo Solyom's term expires. Parliament Speaker Pal Schmitt expected to become the next president.  
**SOFIA** - Turkish Prime Minister Tayyip Erdogan is expected to visit Bulgaria.  
**BERLIN** - Wacken Open Air festival (to Aug. 7). Link <http://web.wacken.com/en/woa2010/>  
**MORE** Reut 09:50 07-19-10

**FRIDAY, AUGUST 6**  
**BUDAPEST** - Hungary's new President Pal Schmitt to take over from outgoing President Laszlo Solyom.  
**JAMAICA** - 48th Independence Day celebrations.  
**CHICAGO** - Lollapalooza 2010 (to Aug. 8). Link <http://www.lollapalooza.com/>  
**HIROSHIMA, Japan** - The city of Hiroshima commemorates the dropping of the Atom bomb in 1945.  
**EDINBURGH, Scotland** - Edinburgh Fringe Festival, world's largest arts festival. Link <http://www.edfringe.com/>  
**EDINBURGH** - The 2010 Edinburgh military tattoo (to Aug. 28).

-----  
**SEPTEMBER 2010**  
**WARSAW** - Visegrad summit.  
**LONDON** - The memoirs of former British Prime Minister Tony Blair due to be published.  
**DILLSBURG, PA.** - The American parents of an adopted Russian boy to stand trial on charges that they beat and starved him to death. Michael and Nanette Craver were charged with criminal homicide and child endangerment after their 7-year-old son, Nathaniel, died in August 2009 from multiple injuries, and in an emaciated state.  
**MILAN** - Awards Ceremony of the 2010 Balzan Prizes.  
**LOS ANGELES** - 62nd annual Creative Arts Emmy Awards, mostly honouring achievements in categories like makeup, costumes, sound editing and art direction.  
**SWEDEN** - Parliamentary elections.  
**KYRGYZSTAN** - Kyrgyzstan to hold parliamentary and presidential elections around late September or early October.  
**DEAUVILLE, France** - 36th Deauville American Film Festival.  
**LONDON** - Man Booker literary prize shortlist to be announced. Link [www.themanbookerprize.com](http://www.themanbookerprize.com)  
**LONDON** - 18th annual Mercury Music Prize. [LINKwww.nationwidemercurys.com/](http://www.nationwidemercurys.com/)  
**MOSCOW** - Russia's WTO membership expected to be finalized.  
**PYONGYANG** - North Korea to hold a ruling Workers' Party convention in September to chose a new leadership.  
**BRUSSELS** - EU Agriculture and Fisheries Council.  
**BERGEN, Norway** - Announcement of the Rafto Human Rights Prize 2010. The Rafto Prize is an annual human rights prize awarded in memory of Norwegian human right activist, Thorolf Rafto.  
**MORE** Reut 09:50 07-19-10

**Figura 27** Reprodução da agenda de eventos disponibilizados aos clientes pela Reuters em 9 de junho de 2010

EVENTS ON REUTERS \*\*LIVE\*\* SERVICE (RLS):

TIME: 0855GMT

ITEM: GERMANY - LOVE PARADE MEMORIAL

RESTRICTIONS: ACCESS ALL CLIENTS

German Chancellor Angela Merkel and President Christian Wulff are expected to join tens of thousands of mourners gathered in memory of the 20 young people killed in a stampede at the Love Parade techno festival exactly one week ago.

ASPECT RATIO: 16:9

**AP Associated Press** Keyword Search  [Advanced Search](#)

TUESDAY, 20 July 2010 0:42 GMT اختر اللغة العربية Print Page

About GMS | **Events** | Customised Production | Global Facilities

**my Account** → Register  
username  
..... go  
 Remember login?  
→ Forgotten password?  
→ Scripts & Text  
→ Direct Online  
→ Live Help  
→ News Guide  
→ Email Alerts

**Media Products**  
News  
Direct  
Entertainment  
Horizons  
Technology  
Sports News TV  
earthTV  
Archive  
GraphicsBank  
Images  
International Text  
DataStream  
Headline

**Global Media Services**  
**Events**  
Customised Production  
Global Facilities  
Corporate Services

**Events**  
Worldwide operational support, live positions, camera crews, editors

View Archive

Global Media Services can offer a range of broadcast facilities at the following current/upcoming events -

20 July 10  
**International Conference on Afghanistan**  
Kabul, Afghanistan  
Global Media Services can offer a range of broadcast facilities, including multiple outdoor live stand-up positions at our permanent bureau in Kabul, an indoor studio with live backdrop, multi-format tape playout facilities, linear and non-linear editing, and international delivery via APTN's satellite and fibre networks.  
[BOOK](#) [Request Ratecard](#)

31 July 10  
**Chelsea Clinton and Marc Mezvinsky's Star-Studded Wedding**  
Rhinebeck, New York, USA  
Global Media Services can offer a range of broadcast facilities, including live stand-up positions, multi-format tape playout facilities and international delivery via APTN's satellite and fibre networks.  
[BOOK](#) [Request Ratecard](#)

**Booking / Enquiry Contacts**  
For worldwide enquiries, please contact:  
**Head Office: London**  
24/7  
T: +44 (0)20 7482 7580/7590  
F: +44 (0)20 7410 5000  
✉ [aptnbookings@ap.org](mailto:aptnbookings@ap.org)  
Or click [here](#) to view contact details for your local Global Media Services desk.

**Global Broadcast Facilities**  
Live Positions  
[Book/Enquire Online Now](#)

**Figura 28** Reprodução do aviso de transmissão ao vivo (*flash*) da Reuters TV, em 31 de julho de 2010<sup>184</sup>

Sabe-se que as agências, por tradição, contam com equipes escaladas para eventos já previamente marcados e dispõem de contatos com redes de profissionais locais sem vínculos empregatícios (*stringers*), além de organizações midiáticas que prospectam dados valiosos sobre locações, segurança, facilidades técnicas e uma miríade de detalhes logísticos. A partir daí, as emissoras começam a programar os caminhos necessários às suas aspirações, indica Chris Paterson (2010a):

<sup>184</sup> Em seguida, a previsão de estrutura de transmissão direta da APTN em 20 de julho de 2010, de dois assuntos considerados de interesse dos clientes: a Conferência de Paz no Afeganistão e o casamento da filha de Bill e Hillary Clinton, em 31 de julho de 2010

As grandes emissoras talvez tenham uma rede de fluxos de informação independente das agências de notícias, mas pequenos e médios veículos com frequência dependerão totalmente das agências para se preparar para cobrir uma história e depois das imagens e apurações das agências para oferecer aquele assunto ao telespectador local.<sup>185</sup>

Paterson parte do pressuposto de que a dependência das emissoras manifestou-se de maneira mais intensa nos anos 1990. Nessa época, a editoria internacional sofreu cortes em praticamente todos os veículos do mundo, ironicamente no momento exato em que a conectividade conduzida pela informática barateou custos de transmissão em lugares remotos.

O fenômeno da cobertura ao vivo da Guerra do Golfo, em 1991, pela CNN (SQUIRRA, 1995), induziu as agências a vislumbrar um mercado em potencial, que almejava contar com semelhante estrutura técnica. Em vez de apenas distribuir “pacotes” com reportagens brutas pré-gravadas, era preciso criar um produto exclusivo, em paralelo, a fim de gerar imagens em tempo real. Essas imagens satisfazem o enorme apetite dos formatos *all news*, notoriamente conhecidos por repetir as mesmas notícias, acrescentando poucos elementos novos (MORETZOHN, 2002; SOUZA, 2005). Esses canais geralmente contam com recursos tímidos para criar uma cobertura singular e própria para além de seus territórios. Os recursos se destinam à cobertura das despesas com as operações técnicas de transmissão do que propriamente à captação de notícias *in loco*, de modo “exclusivo” (PATERSON, 2010a).

Paterson exemplifica como a transmissão direta está condicionada à extensão e à natureza de cada emissora. A americana Fox News pode ter a agilidade necessária para montar uma estrutura com múltiplas câmeras espalhadas por Washington, mas enfrentaria pressões orçamentárias gigantescas para viabilizar uma entrada ao vivo com seu repórter em Jacarta, na Indonésia.

Em resumo, podemos considerar a combinação de três fatores para concretizar a transmissão direta internacional por parte dos canais de assinatura. Primeiro, os canais *all news* contam com equipamentos disponíveis em sua própria organização ou suas afiliadas (em geral, emissoras de sinal aberto). Segundo, contam com os serviços de transmissão via satélite operados pelas agências; e, por último, ancoram-se na pauta *presumida* das agências.

Há um apelo ainda maior quando o lugar do acontecimento é o mesmo onde a emissora mantém uma base mínima, com um correspondente *freelancer* (que trabalha em

---

<sup>185</sup> “The largest broadcasters may have a flow of information independent of the news agencies, but small and medium sized broadcasters will often depend of the news entirely on news agencies to prepare to cover a story, and then on agency images and agency gathered facts to provide the story to their local audience.” Informações enviadas por e-mail à autora.

casa, no esquema conhecido como *work home station*).<sup>186</sup> O repórter vai narrar um texto sobre o vídeo preparado pelas agências, ainda que, conforme salientamos, a fonte raramente seja citada nesses casos. Retomando o postulado de Fehine (2006, p. 144), esse é um procedimento comum para alinhar os sentidos de “presença”, “vigilância” e “interação”.

As transmissões ao vivo são uma das zonas de investimento mais rentáveis das agências. Somente na noite em que Barack Obama foi confirmado como presidente da maior economia mundial, a APTN vendeu 1.200 horários de satélite individuais para seus 550 clientes,<sup>187</sup> a fim de que repórteres de emissoras estrangeiras pudessem registrar os resultados recém-computados da capital americana ou de grandes centros, como Chicago, São Francisco e Nova York.

Outro momento decisivo nas transmissões diretas pelas agências foi a segunda Guerra do Golfo, a invasão ao Iraque em 2003. Com recursos barateados de geração de imagens, alterou-se significativamente a rota de prioridade das agências. Qualquer câmera posicionada em um *front* de guerra, seja ela no topo de um prédio ou outro lugar de pouca visibilidade, responde agora à enorme demanda dos canais *all news* para retransmitir imagens simultâneas de um evento a quilômetros de distância.

Paterson (2010a) enumera quatro tipos de transmissão direta:

1) **Transmissões previamente agendadas em acordo entre instituições:** São aquelas com discursos, entrevistas coletivas, pronunciamentos militares, lançamento de foguetes etc. Geralmente são organizadas em esquemas de *pool* (sem exclusividade, com várias empresas encarregadas de relatar o evento), em parceria com as fontes oficiais que gozam de razoável estrutura audiovisual, como a Nasa, a ONU e a TV do Vaticano. Esse tipo de produto tem um custo mínimo para as agências, que conseguem nutrir seu serviço de transmissão ao vivo. Vale lembrar que essas transmissões podem ser feitas sem a intermediação das agências, por meio de *downloads* e rotas gratuitas de satélites. As agências simplesmente organizam, facilitam e dão vazão a essas imagens para conveniência de seus próprios clientes.

2) **Transmissões elaboradas:** São as de maior valia para os canais *all news*, pois permitem um planejamento de coberturas e debates de longa duração em estúdio. As emissoras-assinantes podem utilizar-se das imagens “ao vivo” por um longo período, sem custos adicionais. Caracterizam-se por grandes eventos midiáticos: eleição, protestos, anúncios

<sup>186</sup> A primeira correspondente brasileira a trabalhar no esquema *work home station* (escritório em casa) foi Ilze Iscamparini, em 1999, em Roma. A Globo News, por exemplo, mantém todos os cerca de 10 correspondentes ativos dessa forma, geralmente utilizando conexões via *Skype* para entradas ao vivo.

<sup>187</sup> Dados do Relatório Anual de 2009. Cf. <[www.ap.org/annual09](http://www.ap.org/annual09)>. Acesso em: 20 fev. 2010.

esportivos, como a escolha da sede dos jogos olímpicos. São as que mais oferecem riscos às agências, pois podem ser canceladas ou se tornar pouco atrativas para seus assinantes. São aquelas também que envolvem testes rígidos e um complexo emprego de recursos técnicos: desde o aluguel de caminhões de micro-ondas e ilhas de edição móveis até o remanejamento e deslocamento de equipes. Quando começou a especulação de que Kosovo anunciaria unilateralmente sua independência da Sérvia em fevereiro de 2008, a APTN viu na oportunidade a importância de reforçar a necessidade de manter um escritório numa região praticamente esquecida no noticiário, uma década depois da Guerra dos Bálcãs. Foi aprovado um orçamento de US\$ 250 mil e, durante três semanas, os funcionários de Londres, Berlim, Sarajevo, Paris, Bruxelas, Jerusalém, Bucareste e Roma e Pale (Bósnia) foram envolvidos no projeto. Ensaios e simulações de entradas ao vivo foram realizados na histórica ponte de Mitrovica, que dividia os dois países, deduzindo que haveria ali uma fuga em massa de etnia serva e protestos violentos. Foi um investimento alto da APTN que mais tarde se revelou perdido. Para justificar o volume financeiro empreendido, as diversas câmeras alocadas pela APTN tiveram que captar uma suposta “dramaticidade”, já que o evento não teve tanta força imagética. As gruas locadas pela agência produziram imagens esteticamente impactantes e, de alguma maneira, amenizaram o fiasco de uma multidão muito mais pacífica do que se especulava. Prejuízos semelhantes ocorrem diante de algumas surpresas da agenda política internacional. Quando a Casa Branca cancelou a viagem de Obama à Indonésia e à Austrália, em 2010, durante o polêmico debate da reforma do sistema de saúde, as principais agências tiveram que arcar com as taxas de cancelamento de voos (cerca de 7.500 dólares por assento) e ainda pagar por equipamentos reservados com antecedência naqueles países.

3) **Transmissões “rebatidas” de outros clientes:** São aquelas em que as agências trabalham em parceria com as emissoras com forte infraestrutura nos países onde ocorre o evento noticiado. Por exemplo, durante o funeral de Michael Jackson, as emissoras locais de Los Angeles determinaram os pontos de câmera a serem negociados. Essas transmissões podem acarretar e gerar custos extras para os clientes. Em casos de ocorrências não planejadas, é recorrente apelar para os assinantes com estruturas mínimas de geração, por fibra ou satélite. Quando, em novembro de 2008, acompanhamos os atentados terroristas de Mumbai, na Índia, na sede da APTN, em Londres, constatamos que a empresa transmitiu 20 horas de imagens ao vivo captadas por diversas emissoras-assinantes da Índia.<sup>188</sup> Não havia como dar conta da

---

<sup>188</sup> No caso dos mineiros chilenos, uma das maiores transmissões ao vivo de todos os tempos, as agências, a exemplo das emissoras, tiveram acesso livre ao sinal da TV Chilena TVN.

enorme profusão de imagens que surgiam via celular ou de empresas parceiras da APTN. Apenas uma equipe de Mumbai estava próxima ao hotel, e os outros repórteres cinematográficos tiveram dificuldade de acesso ao lugar, cercado pela polícia.

4) **Transmissões pretensamente diretas:** As agências utilizam as chamadas “janelas de satélite” para transmitir imagens sem edição, em esquema de *flash/breaking news*, nos casos em que é mais rápido alimentar o cliente com uma imagem sem tratamento do que esperar horários pré-determinados e cortes mais apropriados de exibição. Nesse caso, a agência também pode distribuir um boletim gravado imediatamente após a transmissão ao vivo de uma emissora local. Na foto a seguir exemplifica-se esse processo. A equipe da APTN de Moscou conseguiu negociar com a emissora russa RTR a liberação de um sinal ao vivo de um telejornal, que trazia as últimas notícias de um atentado a uma usina. Em Londres, a agência recebeu o material e injetou imediatamente as imagens na sua rede de assinantes, ainda que fossem apenas de uma apresentadora lendo a notícia com imagens de fundo.



Figura 29 Reprodução de reportagem distribuída pela APTN<sup>189</sup>

<sup>189</sup> As imagens disponíveis eram da transmissão ao vivo gerada pela emissora russa RTR sobre uma explosão numa hidroelétrica em 21 de julho de 2010

O detalhamento das práticas operacionais das agências que aqui se conclui permite sustentar que o conteúdo veiculado por elas é comungado por seus pares (as emissoras assinantes dos serviços), em decorrência da ação “reparadora” que executa no fluxo comunicacional. Os *feeds* sanam os problemas estruturais dos clientes ao possibilitar uma cobertura diária sobre vários países do mundo, irrigando o sistema noticioso audiovisual 24 horas. É possível perceber traços comuns nas ações e serviços da APTN e Reuters TV, que se apresentam como empresas de produtos pragmáticos e eficientes, agora transmitidos de modo mais flexível, depois de quatro décadas de gerações dispendiosas e complexas. Apesar das facilidades tecnológicas que favoreceram uma expansão da cobertura para lugares até então inacessíveis para transmissões, as agências ainda ofuscam algumas regiões em detrimento de outras, embora salientem, pelo menos no nível do discurso corporativo, que promovem hoje a intermediação da notícia de modo mais simétrico do que antes, especialmente por terem superado as dificuldades logísticas.

## CAPÍTULO IV

### NEGÓCIOS: A MOEDA DE TROCA E AS NOVAS AMEAÇAS

Na impossibilidade de abordar as relações entre as agências e os principais protagonistas da atual ecologia midiática, este capítulo busca apontar as empresas que estão, de fato, ameaçando os negócios empreendidos pela APTN e Reuters TV.<sup>190</sup> As agências audiovisuais atuam agora num ambiente muito mais suscetível às rupturas de poder. Fios condutores dessa teia informacional, as emissoras de televisão também ocupam um papel estratégico na revenda de notícias. Para entender essas dinâmicas, é necessário discutir como se estabelecem os negócios entre as agências e seus clientes.

#### 4.1 Clientes e custos

*Os impérios em ascensão  
distinguem espaços mal-ocupados nos mapas  
mais ou menos como os ursos que saem da hibernação farejam comida.*<sup>191</sup>

O segmento audiovisual da Reuters e AP atende particularmente às emissoras e aos portais da web. As agências têm contratos separados e bastante diferenciados, que variam por empresa, país, região e até cidade. Uma assinatura anual custa entre US\$ 20 mil e US\$ 2 milhões. Em 1970, as redes de TV da Austrália desembolsavam por ano US\$ 500 mil, somente para receber diariamente cerca de 10 minutos de reportagens.<sup>192</sup> Não há meios fáceis de justificar essa discrepância e a dose de nebulosidade dos termos contratuais é imensa.<sup>193</sup> Durante os anos 1990, contratos com grandes emissoras poderiam custar muitos milhões de dólares por ano e a situação continua a mesma, ainda que seja rara a manifestação pública sobre esses custos. Os funcionários das emissoras que lidam diretamente com os contratos são

---

<sup>190</sup> Até porque isso significaria, de antemão, um problema de pesquisa que foge aos limites desta tese.

<sup>191</sup> Parag Khanna (2008, p. 137).

<sup>192</sup> Um dos raros levantamentos de custos sobre esses pacotes aparece no livro *Somewhere in Asia*, um estudo de Prue Torney-Parlicki (2000) sobre os correspondentes de guerra australianos. Outra referência oficial importante: em 1960, a BBC era o maior assinante da Reuters e pagava, por ano, apenas pelo serviço de texto, cerca de 100 mil libras esterlinas. O americano *The New York Times* desembolsava, por ano, cerca de 29 mil libras (READ, 1992). Veja também Cohen *et al.* (1996).

<sup>193</sup> Conforme Chris Paterson, em e-mail trocado com a autora em 2010. Essas informações constarão em um novo livro a ser publicado pelo autor: *International Television News Agency*, previsto para 2011.

instruídos a manter segredo sobre as negociações. Soube-se extraoficialmente que a então WTN recebia cerca de US\$ 3 milhões por ano da rede americana Columbia Broadcast System (CBS). Em 1991, quando a CBS decidiu migrar para a Visnews, teria imposto um contrato anual de “apenas” US\$ 1 milhão.

Compreende-se por que nunca se divulgou oficialmente esses valores: na conversa com o diretor comercial da APTN na América Latina, Brian Hopman, durante nossa passagem pelos Estados Unidos, ficou implícito que os números são mantidos sob sigilo devido às leis de proteção de um mercado cada vez mais saturado e suscetível a novos concorrentes. O volume de negócios é estimado em US\$ 250 milhões anuais e disputado por quatro grandes jogadores dessa arena: a CNN International, o consórcio EBU e as duas agências aqui estudadas (BAKER, 2004). Com duração de dois a três anos, os contratos são construídos a partir de infinitas combinações econômicas e alicerçados em algumas variáveis. Se uma emissora tiver sinal aberto e um determinado alcance e volume de penetração, cobra-se um montante. Se for restrita aos assinantes, o valor diminui. De modo mais explícito, se o canal é visto, por exemplo, apenas pelos telespectadores de San José, capital da Costa Rica, tende-se a cobrar menos pela assinatura.

Nas emissoras de penetração nacional são levados em conta, ainda, números de audiência e a quantidade de horas de telejornais em exibição no país. Seguindo esse raciocínio, pode-se conjecturar, por exemplo, que a mexicana Televisa dispõe de diretrizes contratuais sem limitações de uso de imagem, inclusive tendo o direito de irradiar os vídeos da AP e Reuters por meio de seus aplicativos no celular e seu site na internet, cabendo à TV Azteca, do mesmo país, a mera reprodução das imagens nos telejornais nacionais.

Paterson (1998) enumera também outros critérios: se a emissora é vinculada a uma região de “relevância” midiática sob a perspectiva das agências, há mais possibilidades de permuta. Não obstante, os parâmetros e entrosamentos culturais, como o idioma comum (preferencialmente inglês), são também avaliados na hora de delinear os contratos tão díspares. Uma companhia canadense ou australiana de comunicação é vista com outros olhos, já que o conteúdo a ser emanado desses dois países será de fácil assimilação por outras emissoras de língua inglesa.

Uma rede como a TV Globo também não pode negociar nas mesmas bases que uma concorrente que cubra somente 50% do território brasileiro. Em compensação, os preços são reconsiderados à medida que o assinante se torna um cliente fiel. A Reuters TV tem direito a 50 vídeos anuais cedidos gratuitamente pela TV Globo, já que o vínculo entre as duas empresas é datado de antes da consolidação da APTN no mercado sul-americano. A APTN

ainda hoje é obrigada a pagar por cada imagem adquirida através dessa emissora brasileira, mas com frequência recebe de graça reportagens das principais rivais (Record e SBT).<sup>194</sup>

Enrique Jara, ex-diretor da Reuters TV, em entrevista a Carla Johnston (1998), afirmou que os contratos com as emissoras de pequeno porte são rigorosamente estudados a fim de se obter um maior controle de reprodução, e assim garantir o direito autoral. As agências sabem como seus produtos podem se transformar num acervo robusto, um estoque de imagens milionário.<sup>195</sup>

Há ainda outras avaliações, como explica o diretor da Reuters TV, Jeremy Smith:

Com frequência, incluímos no contrato a parceria de intercâmbio de imagens e damos descontos significativos. Pode ser, por exemplo, a permuta de 100 reportagens por ano. Há contratos em que a emissora recebe todo o material, há outros em que é preciso pagar determinados vídeos ou coberturas separadamente.<sup>196</sup> Depende, na verdade, de cada empresa, de quanto eles podem oferecer como barganha. Mas a maioria dos nossos contratos prevê que eles forneçam seus conteúdos de graça. Não temos como cobrir todo o mundo senão dessa forma.<sup>197</sup>

Na APTN, o processo é semelhante:

Quando um fato ocorre e precisamos redistribuir por meio da nossa rede, temos alguns caminhos: ou vamos atrás de nossos clientes onde apenas trocamos imagens em parceria, ou gastamos de US\$ 300 a US\$ 500 por minuto para comprar imagens. Mas a maioria dos assinantes não cobra, cede imagens gratuitamente. Eles sabem que, se as agências distribuem imagens de centenas de países, é melhor facilitar o nosso trabalho. Se a gente tem muito custo comprando imagem, gastamos mais, os pacotes anuais por sua vez ficarão ainda mais caros. É uma bola de neve. Por isso, algumas emissoras cedem programações inteiras... Algumas regiões são prejudicadas justamente porque cobram muito caro por cada minuto vendido. O impacto negativo de cobrar por minutagem é que a gente acaba comprando poucas imagens daquele país, e aí acabamos por negligenciar algumas regiões. É uma questão financeira, de balanço.<sup>198</sup>

As medidas comerciais restritivas são colocadas como empecilhos na hora de decidir o que será “definido” como notícia. Nos termos assinados com a TV Globo, nem as agências, nem a CNN têm permissão para uso, em tempo real, da programação ao vivo da emissora

<sup>194</sup> Há também o sistema de cotizações. Os primeiros 25 vídeos podem ser cedidos anualmente pela Rede Globo à Reuters com até três minutos. Os outros 25 são normalmente limitados a 60 segundos. Dados fornecidos por Leandra Camera, em depoimento à autora, em 29 de abril de 2010.

<sup>195</sup> No caso dos operários presos numa mina no Chile, o material poderá ser reutilizado, por exemplo, em diversos programas de uma emissora, com várias abordagens, por tempo indeterminado, inclusive tornando-se precioso para a realização de documentários ou filmes. Para evitar esse tipo de aproveitamento indevido, as agências costumam alertar sobre os prazos de retransmissão. Um exemplo é o Oscar e outras premiações ligadas ao entretenimento e mais suscetíveis à reciclagem, que geralmente permitem uso integral dos *feeds* na íntegra até uma semana depois do evento. Cf. Anexos.

<sup>196</sup> Comprar um desses pacotes, como a abertura do Festival de Cannes, custa até R\$ 3 mil.

<sup>197</sup> Em entrevista à autora em 28 de novembro de 2008.

<sup>198</sup> Sandy MacIntyre, diretor da APTN, em entrevista à autora em 26 de novembro de 2008.

brasileira. Para captar diretamente o sinal, é necessário pedir autorização. Foi o que ocorreu, por exemplo, quando houve as mortes pelos temporais em Angra dos Reis, em 2010, e o desastre do avião da Air France sobre o Atlântico, em 2009.

Há também especificidades eventuais, como os direitos de reprodução das reportagens dos desfiles no Sambódromo, no Rio de Janeiro, cuja cobrança por meio da minutagem é substituída por uma elaboração de pacotes especiais, de 15 minutos, com preços reduzidos.<sup>199</sup> É um caminho para evitar distorções, mas não impede que as próprias emissoras de escala “regional” pratiquem negociações destoantes em função de suas vantagens. A APTN chegou a pagar US\$ 8 mil por um vídeo exclusivo de 1 minuto sobre a cantora mexicana Gloria Trevi, presa no Brasil em 2000.

O momento de renovação dos contratos se revela precioso nas rotinas de apuração e seleção das agências. Em algumas ocasiões, a agência presta um serviço extraoficial para atender a um pedido de um correspondente europeu ou americano, concedendo privilégios e benefícios que funcionam como moeda de troca no período de negociações. Se uma emissora-assinante de grande relevância como a alemã ZDF mantém uma sucursal pequena no Rio de Janeiro, sem acesso direto aos pacotes divulgados pelas agências,<sup>200</sup> o correspondente pode solicitar, informalmente, a coleta de imagens que *ainda serão* tratadas pelas agências para posterior irradiação. Dessa forma, em vez de reunir um conteúdo fracionado e disseminá-lo para ainda ser remontado em seu escritório-sede em Mainz, o repórter representante da empresa alemã no Brasil transmite um vídeo com vistas à exibição rápida, totalmente finalizado, utilizando-se dos elementos audiovisuais extraídos da agência Reuters TV no Rio, que ainda colocará o mesmo conteúdo em circulação.

Essa facilidade deve ser entendida como uma força motriz do jogo dinâmico das empresas comerciais, pressionadas, evidentemente, pela forte concorrência. Organizações privadas, as agências adotam engajamentos e sinergias específicas para impedir a fuga em

---

<sup>199</sup> A APTN, por exemplo, tem direito a receber 18 reportagens especiais sobre o Carnaval, sem imposição de minutagem, por meio de acordos estabelecidos em parâmetros financeiros diferenciados.

<sup>200</sup> Alguns contratos admitem, por exemplo, que uma emissora de grande porte regional, como a TV Globo, receba em seus escritórios no exterior o sinal direto dos epicentros das agências, permitindo, assim, que a empresa brasileira “reempacote” os *feeds* em diferentes circunstâncias editoriais, de modo muito conveniente (SILVA JUNIOR, 2006). No caso da TV Globo, o múltiplo endereçamento das imagens das agências permite que as bases de Londres e Nova York tenham condição de gerar para o Brasil reportagens editadas, sem a necessidade de qualquer tratamento posterior, antes da exibição da mesma no telejornal. Numa outra instância, os escritórios das emissoras podem dispor de recursos que são indisponíveis para a “sede”. Somente a Globo de Londres tem acesso às imagens da EBU e da Sky News, enquanto a sucursal em Nova York se conecta diretamente aos servidores da ABC e NBC, tendo inclusive facilidade para adquirir as matérias exibidas apenas regionalmente ou nacionalmente.

massa de seus assinantes. As estratégias impactam tanto na filtragem como na tomada de decisões editoriais.

Em 2010, com orçamento reduzido em função dos gastos inesperados com o terremoto no Haiti, a APTN decidiu alocar recursos emergenciais para realizar um sobrevoo de helicóptero numa área em que uma fragata canadense ficou à deriva na costa brasileira. O interesse estava justamente associado ao fato de que uma TV canadense dava pistas sobre um possível cancelamento de serviços com a AP. Nesse período, a agência americana tentava manter o elo contratual com o canal aberto do Canadá, que não tem correspondentes no Brasil. Aparentemente, essa tática é vista com naturalidade pelos funcionários da Reuters TV:

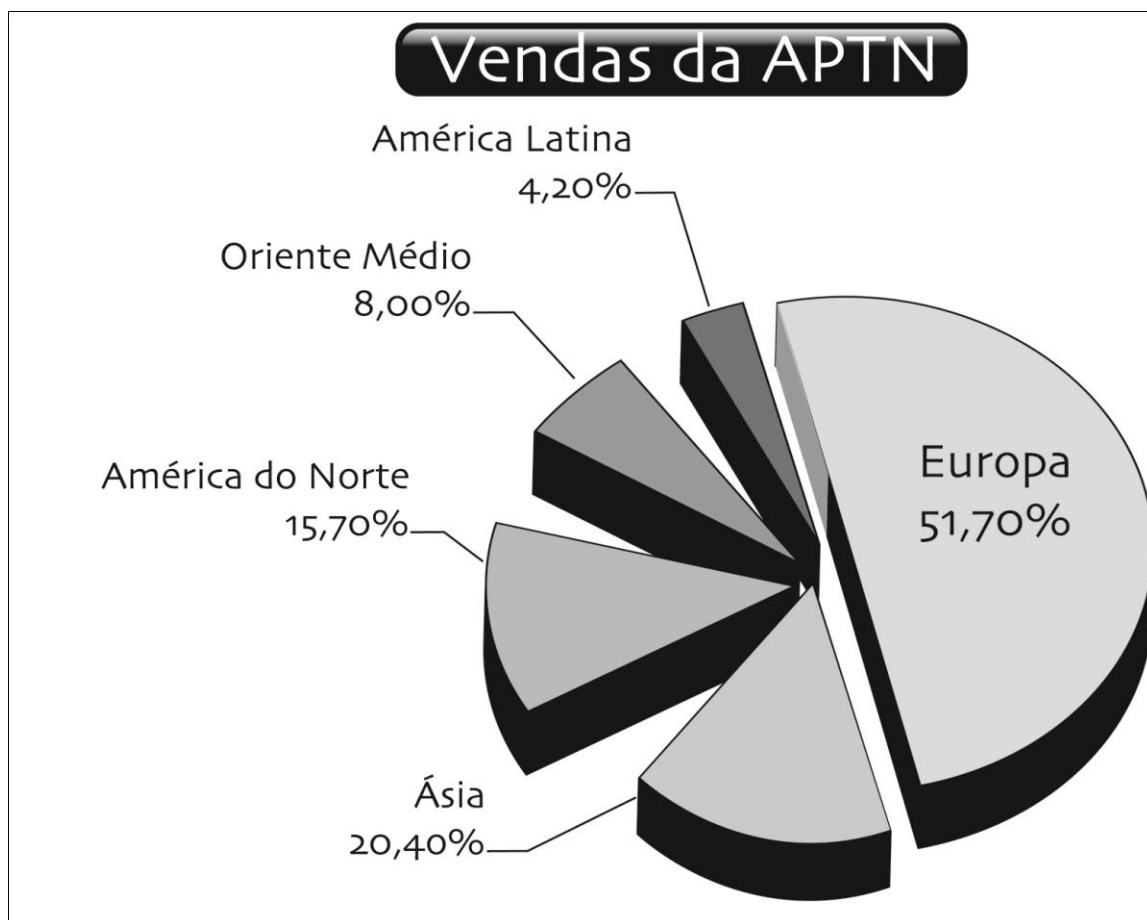
Durante o caso do menino Sean, filho de um americano que disputava a guarda dele com a avó brasileira, recebemos orientação para a dedicação total ao assunto. Acompanhávamos diariamente o caso, mesmo sabendo que a NBC já havia negociado entrevistas exclusivas com o pai da criança. Nossa intenção era mostrar à rede CBS o quanto era importante ter um registro aqui no Rio de Janeiro, o quanto era necessário ter a nossa presença aqui no Brasil. Éramos um diferencial no momento em que APTN e CBS estavam negociando mais três anos de contrato. São estratégias comerciais que não entram em choque com nossos compromissos éticos. Apenas em certas ocasiões se tornam mais necessários.<sup>201</sup>

A ideia de que a incessante lógica econômica não determina nem delimita o horizonte das agências é utópica. Todo construto imposto pela dominação capitalista tem um aparato claro de subjugar e excluir territórios ou regiões em função de interesses específicos. A decisão de favorecer determinados clientes em detrimento de outros é interpretada e validada pelas agências como uma consequência inelutável das forças do capital. Se os maiores clientes das agências estão instalados nas grandes economias mundiais, esse parâmetro é tomado como um axioma inquestionável.

Há dez anos, os países que representavam o grande mercado para as agências eram os Estados Unidos, a Alemanha e o Japão. Uma segunda camada da hierarquia situava-se na Grã-Bretanha, Austrália e Taiwan (BAKER, 2004). Tem sentido meramente ilustrativo a pesquisa da APTN realizada em 2000, que aqui se reproduz, na qual a receita da APTN era atribuída às seguintes regiões:

---

<sup>201</sup> Leandra Camera, da Reuters, em entrevista à autora em 29 de abril de 2010.



**Figura 30** Receita da APTN, a partir de pesquisa interna realizada em 2000<sup>202</sup>

A ausência da África percebida no gráfico não é por um erro institucional. A região nem sequer apresentava uma receita mínima digna de registro nos balanços financeiros, ao mesmo tempo em que 8% do orçamento da APTN eram investidos no continente africano. Os números, o próprio Baker admite, permanecem inalterados, embora não oficialmente divulgados. Ele mesmo se apressa em explicar a face mais nítida desse desequilíbrio:

Espera-se que isso explique a razão pela qual a África não é particularmente coberta. A resposta é simples. Não há, no momento, rendimentos para as agências na África, porém continuamos cobrindo os grandes eventos do continente e aqueles que interessam aos nossos maiores mercados. Em 2001, depois dos atentados de 11 de setembro, tivemos que aumentar em 20% os recursos disponíveis para o Afeganistão e os Estados Unidos. Como consequência, o nosso orçamento para a África foi reduzido pela metade em relação ao ano anterior (BAKER, 2004, p. 73).<sup>203</sup>

<sup>202</sup> Reprodução de gráfico de Baker (2004, p. 72). Não foi possível comparar com a situação da Reuters TV, pois os dados não foram obtidos. No entanto, apenas em caráter ilustrativo, em 1972, a agência Reuters tinha a Europa como principal fonte de renda. A receita estimada dessa região era de 59% enquanto da África, de apenas 7% (BOYD-BARRETT, 1980, p. 39).

<sup>203</sup> "This hopefully will provide an explanation to those who wonder why Africa, particularly is not covered more. The answer is simple. There is currently no revenue base there for the agencies, but coverage is provided of African stories of major world interest, or of interest to the main agency markets. In 2001, the overall

Não se deve perder de vista o fato de que atender aos anseios dos maiores clientes é um dos elementos para justificar o desequilíbrio informacional exportado pelas agências. E admitir a assimetria não implica sugerir nem mesmo constrangimentos organizacionais, pelo menos no corpo de dirigentes das agências. O próprio Baker simplifica a questão como resultado de uma parceria estritamente comercial, forjada sob os auspícios de olhares imperiais conspiratórios, mas como um desdobramento natural no que se refere a um negócio baseado na troca de serviços. Ele deixa transparecer, no mesmo texto, como esses modelos estão enraizados e se manifestam diariamente na tarefa de decidir o que merece ser disseminado pela empresa. Conta como se estabelecem os critérios: se seis turistas alemães, americanos e japoneses são sequestrados nas Filipinas, inclina-se a divulgar a história. Mas seria improvável direcionar atenção ao assunto se os reféns fossem do Uruguai, Tajiquistão e Nepal.

Surge, então, a pergunta necessária: será que um acidente envolvendo quatro turistas japoneses nos Emirados Árabes tem grande relevância? Não se trata de um atentado terrorista, mas apenas de uma tragédia “comum” de executivos em viagem: mesmo assim, o fato ganhou destaque num *flash* urgente, ao vivo, da Reuters, em agosto de 2010, como mostra o aviso endereçado aos clientes gerais (não apenas os japoneses) a seguir:<sup>204</sup>

```

ADVISORY-AUG 13-ADVISORY: 1530GMT *FLASH*
5171WD-UAE-ACCIDENT/ DOCTOR (REUTERS-ACCESS ALL)
**ATTENTION ALL CLIENTS**
AVAILABLE ON REUTERS LIVE SERVICE (RLS) ON FRIDAY AUGUST
13, 2010:
*FLASH*
TIME: 1530GMT
ITEM: 5171WD-UAE-ACCIDENT/ DOCTOR
RESTRICTIONS: NONE- ACCESS ALL
SOURCE: REUTERS
ORIGINAL ASPECT RATIO: 16:9
STORY: Four Japanese were killed in a road accident in Abu
Dhabi on Wednesday (August 11).
They died, along with their Pakistani driver, when the
minivan in which they were travelling was in a collision
with the back of a trailer truck shortly before midnight.
The crash happened on the Abu Dhabi to Al Salaa road
near Al Ghuwaifat
Best Regards,
Reuters Television
-----

```

**Figura 31** Aviso sobre quatro turistas japoneses que sofreram acidente na capital dos Emirados Árabes

---

expenditure on news coverage by APTN rose by 20% to accommodate a huge volume required from the United States and Afghanistan after the attack on the World Trade Center. However, the effect was also partly reduce coverage from Africa, where spending on newsgathering was half of the previous yearl.”

<sup>204</sup> Reproduzido diretamente da página da Reuters no dia 13 de agosto. Cf. <<http://videopoint.reuters.com/Application.html#view=scriptlist;page=1;items=20;services=ALL>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

Essa política real e transparente de exclusão/inclusão exercida pela AP-Reuters produz, em larga medida, o que Jambeiro, Brittos e Benevenuto Jr. (2002, p. 15) classificam como “uma segregação das comunidades locais e dos agentes não-hegemônicos”. No capítulo II desta tese, a tradição dos estudos da Economia Política da Comunicação facilitou compreender a notícia como uma *mercadoria* qualquer. Ou seja, o comportamento das agências, como qualquer grupo empresarial privado, gravita em torno da locomotiva econômica global, na medida em que seus informes visam atender uma relação custo-benefício e que seus *feeds* precisam ter “valor de troca” e “valor de uso”.

É oportuno lembrar o irônico apelo do ex-presidente da Tanzânia, Julius Nyerere, quando sugeriu que os cidadãos de seu país deveriam ter permissão para votar na eleição americana de 1996, já que eram bombardeados dia e noite com os candidatos à presidência dos Estados Unidos, apesar de apenas 5% do conteúdo das agências divulgarem o continente africano (PILGER, 1998). E os exemplos até hoje são infindáveis. A primeira-dama americana, Michelle Obama, recebeu cobertura ampla das agências quando visitou um balneário espanhol, em agosto de 2010.

O cardápio das agências é, sem dúvida, inundado de reportagens com “liquidez”, palavra que o mercado financeiro global conhece bem desde o final dos anos 1970. Dito de outro modo: o comércio e a política dos Estados Unidos, da China e da União Europeia não podem deixar de constar nas ofertas diárias das agências. Ter essas regiões cobertas significa garantir contratos com inúmeras emissoras e centenas de portais gestados na era da convergência midiática.

Ao analisar essas lógicas é possível observar outro processo paralelo, que ocorre em menor escala. O número de reportagens sobre o Brasil duplicou em mais de dez anos de funcionamento das bases das agências em nosso território. No primeiro quadrimestre de 2010, mais de 100 pautas foram aceitas pela APTN em Washington, um número impensável em 1996, não só pela facilidade tecnológica, mas, principalmente, pelo fato de o Brasil ser líder do continente sul-americano, despontando no comércio energético global.

Ainda assim, constatam-se impedimentos orçamentários: a iniciativa de autorizar a viagem da equipe da APTN a Brasília, durante a cúpula do então Bric, em abril de 2010, foi condicionada à presença do premiê chinês, Wen Jiabao. “Sem a letra C ter confirmado presença, limitaríamos nossa cobertura à mera reprodução da agência brasileira, a EBC”, admitiu Flora Charner, responsável pela agência no Brasil.<sup>205</sup>

---

<sup>205</sup> Em entrevista à autora, em 28 de abril de 2010.

Em 2008, a América Latina representava apenas 5% das fontes de renda da APTN, enquanto a empresa gastou na mesma região em torno de 12% do orçamento anual. Sandy MacIntyre, diretor da agência, justifica assim o fechamento das comportas de investimento na região:

Cobrir a América Latina nos dá prejuízo, entende? A gente tenta divulgar a região, mas até mesmo a região olha pouco para si. E não temos muitos clientes interessados nela. E aí as pessoas cobram: por que vocês não mostram a América Latina? Simplesmente não tenho para quem vender, entende? Há pouco uso de nossos *feeds* quando eles são sobre a América Latina. Nem mesmo os latino-americanos exibem nossas reportagens sobre a região. É como se você tivesse uma fábrica de biscoitos sem recheio e seus clientes só se interessassem pelas bolachas com recheio. A conta simplesmente não fecha.<sup>206</sup>

Aqui é necessário reforçar o viés mercantilista que domina os serviços prestados pelas agências. Em 30 de junho de 2010, um boletim da APTN aos seus clientes trazia acontecimentos majoritariamente destinados aos assinantes de peso: Estados Unidos, Europa e nações asiáticas (Coreia do Sul, Índia, China). Na figuras que se seguem nota-se um cardápio de notícias centrado nessas regiões. A escolha da Miss Carolina do Norte, nos Estados Unidos, havia ganhado relevância no mesmo patamar que o acidente envolvendo seis turistas ingleses na Venezuela:

---

<sup>206</sup> Em entrevista à autora, em 26 de novembro de 2008. Claro que, no caso de grandes tragédias, torna-se irrelevante o local do acontecimento, pois os dramas passam a ser vistos como ocorridos em “não-países”. No Chile, por exemplo, o soterramento dos mineiros numa caverna ocupou metade dos *feeds* disponibilizados pelas duas empresas, especialmente a Reuters TV, nos dias 12, 13 e 14 de outubro de 2010. Entre 17 de setembro e 17 de outubro, também na Reuters TV contabilizamos 783 registros ligados ao assunto, incluindo avisos de transmissão ao vivo, desastres de minas em outros países e, principalmente, reportagens editadas por suas equipes direto de Copiapó, cidade mais próxima da mina San José. Os temários variavam desde a opinião de Barack Obama até a mensagem do papa Bento 16.

**AP-APTN-0830 Europe Prime News-Preliminary****Wednesday, 30 June 2010****Europe Prime News**

++Afghanistan Violence 01:28 AP Clients Only

**NEW ISAF on militants killed in fighting following airport suicide attack**

US Oil Storm 02:36 Part NAmerica/ Internet

**REPLAY Hurricane Alex threatens, hampers oil clean-up effort**

Ppines Inauguration 01:30 AP Clients Only

**REPLAY Aquino sworn in as president, promises to battle corruption**

China Accident 01:27 No Access HK

**REPLAY Six killed, 10 hurt in amusement park accident**

Thailand Raids 01:28 No Access Thailand

**REPLAY 36 Taiwanese nationals held over alleged fraud scam**

Thailand Arrest 02:23 AP Clients Only

**REPLAY 90-year-old German-born Australian held on suspicion of rape**

Canada Queen 02:16 No Access Canada

**REPLAY UK queen receives royal salute from flotilla of warships**

NZealand Napoleon 02:12 No Access NZ

**REPLAY Lock of French emperor's hair and other memorabilia on sale**

+Russia US Spying 03:30 See Script

**WRAP WH reax, spy museum ADDS Moscow headlines, voxpops**

B-u-l-l-e-t-i-n begins at 0830 GMT.

APEX-06-30-10 0425EDT

**AP-APTN-0930 Americas Prime News L-Final****Monday, 20 April 2009****Americas Prime News L**Jamaica Plane 00:31 See Script **REPLAY** Stills, statement - Plane hijacked on tarmac at Montego Bay, crew held hostageIran US Journalist 02:34 See Script **REPLAY** Iranian Foreign ministry comment on jailed US journalist, Obama++Switzerland UN 02:30 AP Clients Only **NEW** Opening of UN conference on racism, Ban Ki moon addressSwitzerland Protest 02:03 AP Clients Only **REPLAY** Anti Iran protest outside UN human rights meeting in GenevaAustralia Doctor 2 01:03 No Access Australia **REPLAY** US doctor charged with manslaughter in deaths of 3 patients **ADDS** moreMexico Drugs 02:59 Pt No Access Mexico **REPLAY** Drug suspects **ADDS** a'math of 8 killed in attack on prison convoy++US Columbine Vigil 02:30 AP Clients Only **NEW** Vigil on eve of 10th anniversary of Columbine shootingsVenezuela Plane 01:10 AP Clients Only **REPLAY** Plane crash in which 6-yr-old UK boy died, funeral parlour, motherMidEast Holocaust 03:43 AP Clients Only **REPLAY** Tattoos from Auschwitz bring late-life survivors reunion as Israel marks HolocaustSKorea NKorea 3 02:17 AP Clients Only **WRAP** SKor accepts NKor's proposal for talks on joint industrial complex; Pro-PSI demoUS Beauty 00:31 See Script **REPLAY** Miss North Carolina Kristen Dalton crowned Miss USA.**Figura 32** Boletins da manhã ofertados pela APTN em 30 de junho de 2010 e 20 de abril de 2009

É de esperar, portanto, que os assuntos coletados pelas agências façam vigorosas articulações com os seus grandes assinantes-clientes, instalados nos Estados Unidos, na

Europa e na Ásia. Esses contratos compõem o tecido epidérmico do comércio de notícias telejornalísticas. É a partir das negociações feitas diretamente com as emissoras de tevê americanas e europeias que a Reuters TV e a APTN acertam e definem o pêndulo que se volta na direção dos países emergentes. E é sob esse cinturão comercial que as notícias são selecionadas, sendo inviável desvencilhar-se de tais parâmetros.

Outro indicador importante nessa relação cliente-agência é o fato de que, durante muito tempo, algumas emissoras tinham prioridade na recepção das imagens. A APTN, até mesmo pelo histórico de sua formação jurídica (ex-WTN, propriedade da rede ABC), costumava tomar uma série de decisões editoriais em função desses acordos. Dificilmente uma imagem inédita chegava às redações que assinavam o serviço da APTN sem ter sido fornecida primeiramente à ABC,<sup>207</sup> que inclusive até hoje usa a rede de transmissão via satélite da APTN para a distribuição na íntegra de telejornais noturnos, como demonstram estes informes:

---

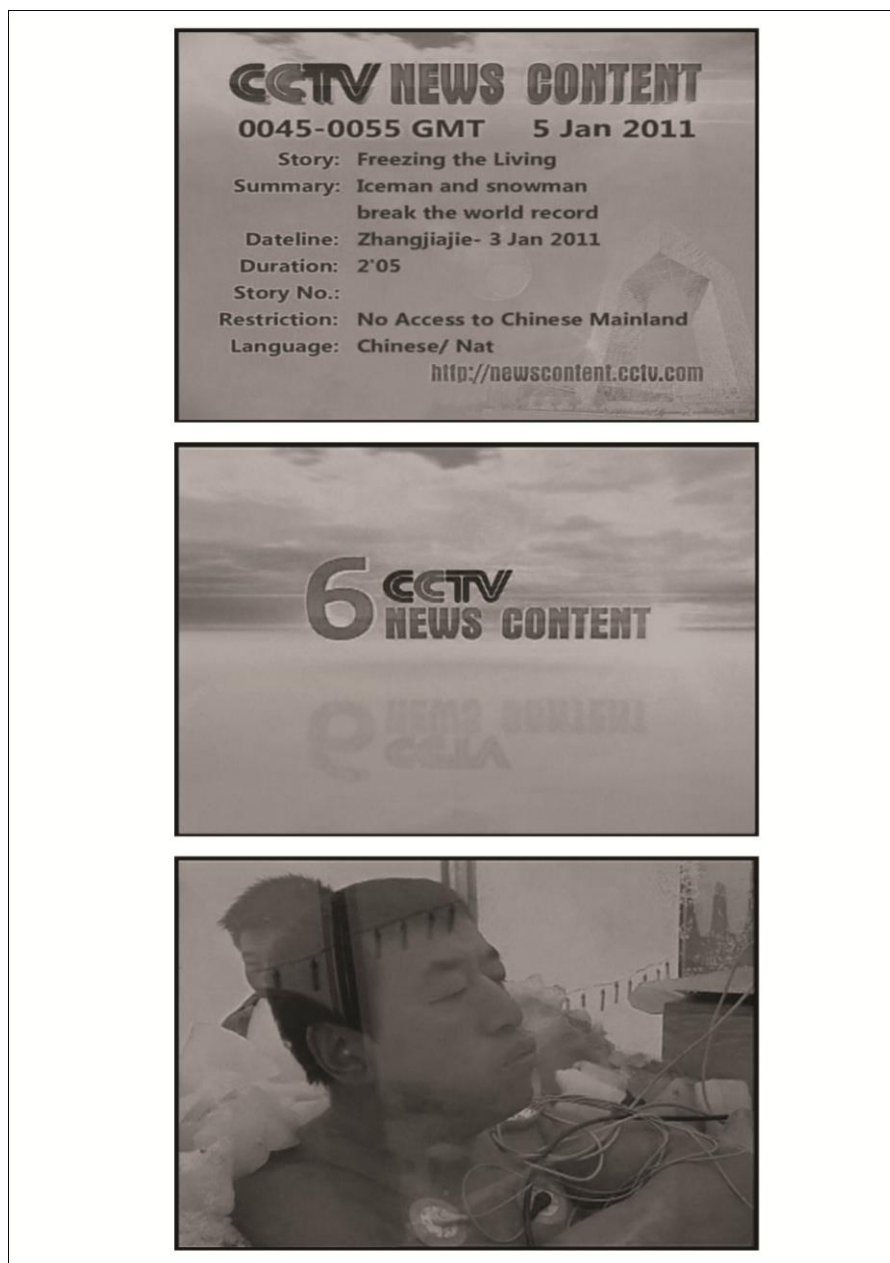
<sup>207</sup> Isso ocorria, principalmente, com eventos relacionados aos Estados Unidos. Clientes latino-americanos, por exemplo, eram obrigados a esperar horas até receber uma imagem da própria região, pois os *feeds* da APTN eram primeiramente distribuídos à ABC.



**Figura 33** Principal noticiário noturno da rede americana ABC transmitido na íntegra pela APTN

Para acompanhar a gigantesca produção da emissora chinesa CCTV (Televisão Central da China, pertencente ao governo), a APTN criou uma programação sistemática e exclusiva, na tentativa de atender aos interesses da Ásia e de países emergentes, como a Índia e o Brasil. Duas vezes por dia, apenas retransmite, sem cortes, os boletins formatados pela própria

divisão internacional da CCTV,<sup>208</sup> proibidos de serem utilizados nas emissoras chinesas, conforme o aviso visto na figura a seguir (“No Access to Chinese Mainland”). São histórias consideradas de caráter “regional”, que não entram no rol dos boletins clássicos, gerados a cada hora:



**Figura 34** Reprodução dos feeds da agência da CCTV, retransmitida pela APTN

Em razão disso, pode-se afirmar que há agora uma trifurcação entre as atuais zonas de interesses das agências de notícia: além da Europa Ocidental e dos Estados Unidos, a Ásia desponta como a região mais economicamente dinâmica dos tempos atuais, manifestada sob a hegemonia chinesa. As agências derivam seus olhares para cidades asiáticas globais

<sup>208</sup> Newsource e Reuters TV também oferecem esses *feeds* da CCTV por meio de *downloads*.

(KHANNA, 2008): Seul, Xangai, Pequim, Tapei aparecem nos *scripts* de forma mais intensa, especialmente nos últimos cinco anos, dizem os próprios dirigentes das agências. Curioso perceber que há 14 anos, numa Análise de Conteúdo realizada a partir dos *scripts* da então APTV, John Clare (1997), da Universidade de Leicester, concluiu que os boletins gerados às emissoras eram basicamente centrados na Europa e nos Estados Unidos, com temas referentes à política internacional de interesses dessas duas regiões.<sup>209</sup>

Os relatos dos responsáveis pela APTN e Reuters TV, respectivamente, justificam a falta de pluralidade desses informes, descartando, por exemplo, a América Latina e a África:

Empiricamente, eu diria que nossa prioridade é a Europa, o Oriente Médio e os Estados Unidos. São os clientes prioritários. Depois, Ásia, América Latina e África. Mas isso é um resultado direto do que os nossos clientes querem. Nossos clientes na Europa e no Oriente Médio são responsáveis pelo maior volume de reportagens. E de trocas e parcerias com empresas. Mas, lembre-se, se pegamos o mercado norte-americano, o maior valor, para nós, como agências internacionais, não são as histórias sobre os Estados Unidos, mas as histórias fora dos Estados Unidos que são relevantes para os americanos. Eles também solicitam mais histórias da Europa e Oriente Médio. Ou seja, isso tem implicações políticas e comerciais. As histórias sobre a Ásia se tornaram relevantes por questões puramente comerciais envolvendo as superpotências mundiais. Mas os conteúdos da Ásia não são relevantes no Oriente Médio... Em contrapartida, a América Latina talvez atraia os nossos clientes da Espanha e Portugal. E só.<sup>210</sup>

A Reuters TV tenta corrigir essa sólida base manufatureira de notícias produzindo reportagens sobre os “quintais do mundo” em vias alternativas, firmando contratos mais acessíveis aos clientes de regiões invisíveis:

Eu diria que fazer TV ainda é muito caro. Não tem saída, você tem que ser extremamente seletivo mesmo, escolhendo com base nos interesses dos nossos maiores assinantes. Há histórias que seriam perfeitas em jornais e revistas, é preciso reconhecer... Mas seria um desastre na TV... Para fazer alguém perder tempo e assistir TV, tem que ter o apelo humano. Um relatório sobre refugiados tem que mostrar o drama humano, entende? Mas eu tenho que admitir que a gente depende mesmo dos nossos clientes, dos contratos firmados a longo prazo, que acabam sustentando nossa empresa. Criamos uma forma de compensação com regiões não tão cobertas, por meio de boletins diários voltados apenas para atender os que querem receber histórias da África. É uma forma de escoar a informação dessa região para os próprios africanos. A gente se esforça, muitas vezes pressiona o cliente para rever seus padrões também. Em suma, não é uma relação de completa submissão.<sup>211</sup>

<sup>209</sup> Clare também constatou que imagens positivas eram associadas aos países ricos.

<sup>210</sup> Sandy MacIntyre, na mesma entrevista já mencionada.

<sup>211</sup> Jeremy Smith, diretor da Reuters, em depoimento à autora já mencionado.

Para as emissoras de segundo e terceiro escalões, aquelas que não são diretamente os primeiros clientes de interesse das agências, ora pela região em que atuam ora pelo escopo dos negócios que praticam, espera-se uma aceitação sem contestação da política editorial das agências. Assinar um serviço das agências é um negócio de custo baixo, como enfatiza o Walter Mears (1992, 2007), executivo da Associated Press. Tome-se, por referência, as televisões comerciais brasileiras. Somente para receber imagens produzidas por seus correspondentes, elas teriam que comprar um horário fixo de geração via satélite. Os custos variam de país a país, com a média circulando por volta de US\$ 1 mil por 10 minutos de satélite.<sup>212</sup>

Com o valor dos contratos fechados para os olhos dos pesquisadores (por receio de caírem nas mãos da concorrência), restam apenas as especulações do mercado, e as previsões de especialistas como o professor Chris Paterson, que teve acesso, durante suas pesquisas, a esses dados sigilosos, embora nunca confirmados. Especula-se que no Brasil uma emissora paga, por ano, no mínimo US\$ 200 mil para utilizar os serviços de uma dessas agências. Esse valor é referente a uma assinatura de pacote básico, de material audiovisual das chamadas *hard news*, notícias factualizadas, não incluindo aí as reportagens especiais. Oficialmente, sabe-se que para acessar o serviço da Reuters destinado às celebridades, o *show-business*, o assinante terá de pagar mensalmente US\$ 3.500 a mais, ou seja, acima de US\$ 40 mil por ano só pelo direito de reprodução.

No Brasil, a APTN tem como clientes (em canais abertos) a Globo, a Record, a CNT e o SBT.<sup>213</sup> A Reuters conta com 16 assinantes, incluindo os portais da internet. Se o custo anual para o pacote básico é estimado em US\$ 200 mil e se, em média, a APTN e a Reuters TV enviam cerca de 200 reportagens diárias (72 mil/ano), isso significa que, se somente usar material distribuído por agência, qualquer emissora desembolsa, por reportagem, US\$ 2,73, cerca de R\$ 5,00. É um cálculo hipotético, claro, mas pode estar longe de arbitrário.

Além do fato de as reportagens se moldarem a qualquer formato e serem adquiridas por um preço acessível, há outra razão para as emissoras do mundo terem se tornado reféns de um modelo quase compulsório de compra de imagens. A questão central é o caráter valorativo atrelado aos serviços prestados pelas agências. O prestígio conquistado entre os clientes tem a

---

<sup>212</sup> Não estão aí incluídas taxas cobradas pelas emissoras regionais para uso de equipamentos. Por exemplo, se um correspondente japonês deseja enviar uma reportagem sobre São Paulo à emissora sede, no Japão, vai gastar, em média, mesmo com descontos geralmente dados às empresas de *broadcast*, de US\$ 500 a US\$ 600 com o uso da infraestrutura de uma TV brasileira (horário mínimo de ilha de edição para cortes, cópia de material, reprodução em diversos formatos etc). A tendência das emissoras no Brasil é evitar a geração por meio de satélite, usando a internet para receber as reportagens e, assim, racionalizar os custos (ESPERIDIÃO, 2007).

<sup>213</sup> No momento de redação desta tese.

ver com a acuidade da informação oferecida e com a percepção de que os produtos vendidos pelas agências se configuram como neutros.

Como destacado no capítulo II, desde suas antecessoras (a Visnews e a WTN), a Reuters TV e a APTN tranquilizaram os mercados ao se apresentarem como empresas que apuram informações e selecionam notícias de maneira imparcial:

A cultura desta objetividade jornalística (o produto isento de significado) está profundamente ligada às raízes das agências internacionais telejornalísticas. Na perspectiva das empresas, vigora ainda o que costumava ser o slogan dos cinegrafistas da Visnews: “Nós não tomamos partido, apenas fazemos imagens” (PATERSON, 1998, p. 83).<sup>214</sup>

A tese da neutralidade é tão insuficiente que se desmonta na simples pergunta “o que seria uma notícia internacional?”. E pela ótica de quem? A decisão de desviar recursos financeiros para uma determinada região do planeta já é um engajamento econômico e político, e as próprias agências nunca esconderam seus arranjos, ambições e prioridades para quem paga mais.

No bojo de suas coberturas jornalísticas no exterior, as emissoras pequenas e médias dependem, em maior escala, dos conteúdos derivados pela APTN e/ou Reuters TV. Cabe assinalar que nossa projeção desse cordão umbilical não se baseia em informações oficiais das emissoras, mas nas estimativas das próprias agências. Essa resistência em dar visibilidade à inserção dos *feeds* no telejornalismo mundial é uma das grandes dificuldades de investigações sobre o tema. Até mesmo as agências só começaram a ter ideia sobre o aproveitamento parcial de suas reportagens recentemente. Já vimos no capítulo anterior que a APTN e a Reuters TV contam agora com um sistema de marca d’água eletrônico, capaz de rastrear imagens utilizadas por emissoras mundiais, a fim de detectar cópia ilegal. O recurso visa flagrar usos indevidos, mas, sobretudo, foi sugerido como uma maneira mais eficiente de constatar que tipo de notícia tem penetração.<sup>215</sup>

É importante chamar atenção para o fato de que, nos veículos de projeção internacional, não é confortável reconhecer uma presença significativa, nos telejornais, de informes das agências. Assumir o uso de conteúdos terceirizados é uma contradição. Admitir dependência

---

<sup>214</sup> “The culture of journalistic objectivity – the meaning-free product – is deeply rooted in television news agencies. From the company’s inception, the motto of Visnews photographers reported was: we don’t take sides, we take pictures.”

<sup>215</sup> A TV Globo implantou, em 2009, uma ferramenta de identificação computacional para controlar, de modo mais exato, a produtividade de suas emissoras, afiliadas e correspondentes. Na prática, contando-se quantas vezes uma “fonte” aparece no telejornal, mede-se a presença de certas determinadas regiões e temas. O mesmo sistema permitirá saber a proporção exata de utilização do farto material fabricado pelas agências. Contudo, por razões óbvias de proteção comercial, essas informações são de uso exclusivo da empresa.

vai de encontro ao que as grandes emissoras sempre proclamaram: ser instituições simbólicas de alcance planetário, autossuficientes e diferenciadas justamente por prospectar informação independente e em primeira mão.

A maioria das emissoras subestima a presença das agências em seus programas jornalísticos e sustenta que assina o serviço apenas como um suporte de segurança, um mecanismo para evitar um “furo” (PATERSON, 1998). Essa premissa foi constatada na entrevista com Marek Pruszenicz, editor internacional da BBC World News, em Londres. A questão não respondida girava em torno de quantos minutos, afinal, haviam sido extraídos da Reuters TV num boletim de 30 minutos:

10 minutos? Difícil presumir. Cada vez mais queremos coisas nossas, exclusivas, fora o que todos já estão dando. Na perspectiva da BBC, talvez fosse mais importante, por exemplo, que a Reuters TV enviasse mais equipes para o Zimbábue, nossa antiga colônia, mergulhada em mais uma crise política. No entanto, a Reuters tem outras prioridades, entende? Não podemos exigir demandas muito particulares. Todavia, a meta é usar cada vez menos agência, apesar da crise financeira que, de alguma forma, impedirá deslocamentos para lugares de difícil acesso.<sup>216</sup>

Na passagem pelas instalações da CNN, em Atlanta, nos Estados Unidos, a resposta também se manteve vaga:

A gente não tem interesse em explorar os conteúdos terceirizados ou mesmo em medir seu aproveitamento. Mas, claro, seria uma irresponsabilidade dizer que não usamos as agências. Há telejornais inteiros feitos com material de agência, como temos dias sem sequer uma imagem de uma agência no ar. A lógica da CNN foi sempre ter uma apuração própria, furando a concorrência, se firmando num terreno que parecia impenetrável.<sup>217</sup>

Todavia, o cenário que se desenha é que o volume fracionado pelas agências não é um mero adereço para os canais com recursos financeiros modestos. As imagens presentes no *menu* das agências compõem a espinha dorsal de telejornais mundiais. Essa dependência, claro, não é exclusiva.

#### **4.2 Outras vias de distribuição de imagem: o papel da EBU**

O fluxo informativo das notícias internacionais para a televisão não é conduzido apenas pelo movimento dual da AP-Reuters. Uma terceira via de troca de material visual para noticiários televisivos nasceu justamente para relativizar e desafiar o poder das empresas de capital privado, sobrecarregadas pelos interesses americanos e britânicos, sem horizontes multifacetados e com mais alianças do que alinhamentos. Vinte e três canais europeus

<sup>216</sup> Em entrevista à autora, em 28 de novembro de 2008.

<sup>217</sup> Eli Flournoy, diretor da agência Newsource International, em entrevista à autora, em 1º de abril de 2010.

criaram, em 1950, um sistema gratuito de troca de imagens entre as emissoras de tevê públicas ou independentes. A rede Eurovision brotou com promessas de escoar a produção do Velho Continente, diminuindo o impacto ideológico que se configurava nas escolhas diárias e puramente comerciais da então Visnews e da UPITN.<sup>218</sup>

A Eurovision foi gestada à luz de uma preocupação em manter o conceito de radiodifusão europeia: uma política que rejeitava o controle estatal e ao mesmo tempo temia a contaminação política e comercial do modelo advindo dos Estados Unidos (LEAL FILHO, 1997). Até a década de 1970, a Federal Communication Commission (FCC) ainda não havia proibido o controle simultâneo de propriedades de empresas jornalísticas numa mesma região nos Estados Unidos, impedindo, portanto, que um único grupo fosse dono de um conjunto de jornais, emissoras de rádio e tevês (SQUIRRA, 1995). Assim caracterizado, o modelo americano era temido e combatido. A iniciativa pioneira da Eurovision acabou desembocando no surgimento de uma série de organizações de intercâmbio similares como, no caso da América Latina, a Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanasa (OTI), e outras versões regionais como a Arabvision, Asiavision, Caribvision e Afrovision.

A Eurovision é organizada pela União de Radiodifusão Europeia (European Broadcasting Union) e reúne atualmente 74 canais de tevê de 56 países da Europa, além de 36 redes afiliadas de outras regiões, como África, Ásia e Oriente Médio.<sup>219</sup> É a maior rede de parceria telejornalística do mundo de caráter não governamental, embora muitos de seus integrantes sejam emissoras estatais, vulneráveis ao escrutínio e controle de governos.

Sabe-se que, até o momento, poucos pesquisadores investigaram o conteúdo fornecido pela EBU ou mesmo esclareceram como funciona a dinâmica atual de suas operações. A agência aparece citada em algumas linhas registradas no Brasil e no mundo (LARSON, 1987; SOUZA, 2005; WOLF, 2003). Há, no entanto, a obra paradigmática *Global Newsrooms, Local Audiences: a study of the Eurovision News Exchange*, assinada por Akiba Cohen, Mark Levy, Itzhak Roeh e Michael Gurevitch. O livro foi publicado há 14 anos, mas é referente a um estudo finalizado em 1994. Os quatro autores percorreram 12 países e observaram a relação e operacionalização da troca de imagens pelos membros-participantes com a EBU. O

---

<sup>218</sup> Na época, a EBU tinha um orçamento inicial de 447 mil francos suíços, cerca de 100 mil dólares, e substituiu a International Broadcasting Union, que entrou em colapso depois da Segunda Guerra Mundial (COHEN *et al.*, 1996).

<sup>219</sup> Cf. <[http://www.ebu.ch/en/ebu\\_members/actives/index.php](http://www.ebu.ch/en/ebu_members/actives/index.php)>. Acesso em: 20 maio 2009. A Eurovision promove festivais de música e intercâmbio de ações culturais entre as emissoras, além de transmissões esportivas. A EBU é seu braço jornalístico, e também organiza transmissões ao vivo em *pool*. Assim como a Reuters TV e a APTN, aluga equipamentos e horários de satélite para emissoras comerciais não participantes da sua rede.

resultado iluminou algumas tensões pertinentes ao fluxo internacional de informação e trouxe duas conclusões preocupantes.

A primeira é a de que, em 1994, quando a EBU transmitiu 22.383 reportagens, apenas 2% do seu portfólio apresentavam notícias alimentadas por outros sistemas de intercâmbio de regiões periféricas (COHEN *et al.*, 1996). Não deixa de ser paradoxal que a EBU, grande rival das agências comerciais, e cuja inspiração era justamente oferecer um contraponto à seletividade assimétrica, estivesse firmemente assentada no que rejeitava: os interesses de apenas uma região, no caso, a Europa.<sup>220</sup>

A segunda era a evidente relação de interdependência com as agências globais (então WTN e Visnews/Reuters) para receber imagens de ocorrências fora dos limites territoriais europeus, especialmente notícias de última hora (*breaking news*). Mais adiante demonstra-se como outro círculo vicioso se manifesta nessa simbiose (AP/Reuters/EBU), gerando distorções e perpetuando o desequilíbrio no fluxo noticioso.

A EBU surgiu, também, como uma alternativa aos altos custos de assinatura das agências internacionais telejornalísticas, concentradas nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha. Somente oito anos depois de sua formação jurídica, em outubro de 1958, o primeiro boletim diário da EBU começou a circular a partir da sede, em Genebra, na Suíça, entre seus participantes, às 17 horas, no fuso-horário da Europa Ocidental. Dos 23 membros iniciais em 1950, a EBU saltou para 38, em 1984. Em 1993, com o fim das economias socialistas, a EBU se uniu à International Radio and Television Organisation (Intervision), um conjunto de organizações públicas e privadas do centro e leste europeus. Em 1994, o consórcio já contava com 62 membros fixos (COHEN *et al.*, 1996).

Stig Hjarvard (1998) classifica a EBU como uma agência de modelo cooperativo no qual a notícia, por princípio, não é tratada como uma *commodity*, e sim como um “bem público”. Os integrantes pagam apenas pelas facilidades técnicas e administrativas, não por cada item enviado às redações. Os custos são divididos coletivamente e a intenção é que as TVs maiores subsidiem as menores. Não há contratos que especifiquem quantas reportagens devem ser fornecidas diariamente aos participantes pelo canal checo Ceska Televisie ou pelo francês TF1.<sup>221</sup>

A rede também funciona por meio de um trabalho de engajamento voluntário de seus assinantes. Os jornalistas das emissoras vinculadas à EBU não recebem pagamento extra por

<sup>220</sup> Wolf (2003, p. 249) diz que a EBU reproduz o desequilíbrio informacional e os serviços oferecidos são centrados em eventos oficiais e programáveis, acontecimentos “já previstos” em vez do “jornalismo de pesquisa”.

<sup>221</sup> A média, por ano, é de 25 mil itens disponibilizados a todos os participantes.

envolvimento no processo. Eles gozam, por princípio, de um elevado grau de autonomia e cabe ao funcionário de cada emissora-participante decidir se uma notícia “local” de seu país deve ser distribuída na rede. Contudo, “há um consenso moral generalizado de que o membro do consórcio tem a obrigação de oferecer imagens que sejam consideradas de interesse de outros países” (HJARVARD, 1998, p. 203).<sup>222</sup> O corpo de diretores da EBU está sujeito à supervisão de um comitê que inclui representantes dos governos. No seu estatuto, a Eurovision assegura que uma emissora privada só pode participar da associação se colocar os interesses públicos acima dos comerciais, o que faz a rede ser majoritariamente mantida por membros com modelos públicos, estatais ou com modelos mistos a exemplo da brasileira EBC.<sup>223</sup> Duas vezes por ano, os jornalistas representantes das emissoras organizam uma conferência para discutir erros de avaliação e formas de descentralizar e democratizar a cobertura. Todos os dias, os assinantes da EBU recebem “pacotes” de notícias, cujos conteúdos são escolhidos previamente por um coordenador da EBU, a partir da sede, em Genebra, e outros três pontos nodais de tráfego de satélites (Washington, Nova York e Moscou). As emissoras participantes da EBU podem opinar, através de duas reuniões/videoconferências diárias, sobre o que deve entrar no formato final desses pacotes, sempre acessados pela emissora por canais de satélite, em horários e rotas de satélites pré-determinados:



Start-End	Slug	Source	Rota	Type
16:43-16:46	<b>Bermuda Igor preps</b>	GBAPTNC	R	EVN
16:46-16:48	<b>Ahmadinejad UN</b>	USUNTV		EVN
16:49-16:51	<b>Belgium waiters race</b>	GBAPTN		EVN
16:52-16:54	<b>Slovakia referendum</b>	SKSTV		EVN
16:55-16:58	<b>Pope Oscott college</b>	UKPOOL		EVN
16:59-17:02	<b>UN Afghan elections</b>	FIYLE		EVN
17:19-17:21	<b>Davis Cup Semi FR</b>	FRFT2		SPORT
17:22-17:25	<b>Superleague Formula</b>	ESSLF		SPORT
17:26-17:31	<b>WTTTC and F2 Racing</b>	FREUSP		SPORT
17:31-18:08	<b>Sweden elex live</b>	SESVT		EVN
18:10-18:12	<b>Estonia Trichet</b>	EEERR		EVN

<sup>222</sup> “This is up to individual newsroom in question to decide for itself. However, there is a general moral obligation to offer pictures that are considered to be of interest of other countries”.

<sup>223</sup> Veja os princípios na página oficial da Eurovision. Disponível em:  
< <http://www.ebu.ch/en/about/index.phpVeh>>. Acesso em: 20 mai. 2009.

18:13-18:16	<b>Pope departure</b>	UKPOOL	EVN
18:33-18:38	<b>Special Olympics</b>	PLTVP	SPORT
18:38-18:42	<b>IFSC Euro Champs</b>	ZZVNR	SPORT
19:00-19:02	<b>Prostitute attack</b>	ATORF	EVN
19:00-19:02	<b>Croatia floods updt</b>	HRHRTV	EVN
20:15-20:15	<b>Davis Cup Serbia</b>	RSRTS	SPORT
-	<b>BP spill sealed</b>	TBA	EVN
-	<b>Toronto Film Fest</b>	TBA	EVN
23:30-23:32	<b>Sports Editor</b>	TBA	SPORT
-	<b>UK Pope visit</b>	TBA	EVN
-	<b>Sweden election</b>	SESVT	EVN
09:30-09:35	<b>CANA Swimming champs</b>	MASNRT	SPORT
17:15-17:17	<b>Special Olympics</b>	PLTVP	SPORT
-	<b>Estonia Trichet</b>	EEERR	EVN
23:30-23:32	<b>Dutch terror arrest</b>	NLNOS	EVN
-	<b>Europe Roma</b>	TBA	EVN

Figura 35 Reprodução de ofertas de reportagens distribuídas pela EBU<sup>224</sup>

Diferentemente das agências, as reportagens da EBU são acompanhadas por *scripts* bastante detalhados, em comparação aos exemplificados no capítulo anterior. É possível, por exemplo, saber as imagens sequenciais da reportagem, por meio de fotogramas, facilitando o trabalho dos editores internacionais e repórteres:

### Today's crew

Day	news	editor: <a href="#">Anne-Marie</a>
Evening		editor: <a href="#">Manuela</a>
Support		editor: <a href="#">Jaroslav</a>
Early	producer:	<a href="#">Nicolas</a>
Day	producer:	<a href="#">Hocine</a>
Evening	producer:	<a href="#">Thomas</a>
Sports desk:	<a href="#">Vincent</a> , <a href="#">Jens-Thilo</a>	



<sup>224</sup> Constam: a hora disponibilizada pelo satélite, o tema da reportagem, a emissora-fonte e a natureza da notícia (esporte, noticiário comum etc)

**Medvedev****Halonen 15:12-15:14 GMT 09-NOV-2010 ERNN****Date****Shot: 09-NOV-2010****Location:** MOSCOW**Country:** RUSSIAN

FEDERATION

**Sound:** NATURAL **Language:** RUSSIAN,

FINNISH

**Aspect****ratio:** 4:3**Source:** RU24**Restrictions:** NO

ACCESS

RUSSIA

**Dopesheet:** President Tarja Halonen is in Moscow on a state visit to Russia which will last until Thursday. Halonen has already met with Russian President Dmitri Medvedev yesterday evening informally, and had a formal meeting with him this morning followed by a joint press conference. Later today president Halonen will meet with Prime Minister Vladimir Putin. The visit was arranged last spring; Medvedev last visited Finland in July. Topics of the talks scheduled for the visit include bilateral relations and issues currently on the international agenda. Items likely to be up for discussion are security issues in Europe and relations between Russia and the European Union. Halonen is being accompanied by her husband, Pentti Arajärvi, as well Foreign Minister Alexander Stubb, Minister for Foreign Trade and Development Paavo Väyrynen and a business delegation. After Moscow, Halonen will also visit Kazan, the capital of Tatarstan, during her visit. The region is home to two Finno-Ugric groups, the Mari and Udmurt peoples.

**Shotlist:** Ws. Dmitry Medvedev Dmitry Medvedev and Finnish President Tarja Halonen entering press conference hall  
 Ms. Dmitry Medvedev SOUNDBITE (Russian): Today I would like to say that the economic ties between our countries have become dynamic once again. Lately the exchange of goods between our countries has grown by 20%, Russia has become one of Finland's most important trade partners. And I'm happy to say the Finland is present in the Russian economy as well?  
 Ms. Journalist addressing Tarja Halonen, SOUNDBITE (Russian): ?What do you think needs to be done by our countries, and the European Union, to free ourselves of the visa??  
 Vs. Tarja Halonen SOUNDBITE (Finnish) -speaking about the importance of taking concrete steps toward an agreement about visa-free travel and security concerning this issu-  
 Cu. Reporters  
 Ws. Press Conference hall.

Keyframes:





**Figura 36** Reprodução de *script* da EBU<sup>225</sup>

Das reuniões da EBU participam as agências globais, a APTN e a Reuters TV, que entram no consórcio como colaboradores, independentemente de já possuírem ou não contratos paralelos com as emissoras que formam a EBU. Ou seja, a BBC e o Channel 4, ambos da Grã-Bretanha, são clientes das agências, mas podem receber algumas reportagens delas via rede EBU. Em 1994, quase 50% dos itens disponíveis pela EBU por meio do seu *European News Exchange* eram vídeos distribuídos pela então APTV, WTN e Reuters TV (COHEN *et al.*, 1996).

A complexa dinâmica da EBU obrigou a rede a determinar regras rígidas para permitir a participação das agências. Antes da conferência envolvendo representantes do *pool*, o coordenador da EBU define uma categoria de itens que serão aceitos sem restrições, espécie de “classe A” do noticiário. Uma segunda “classe” de reportagens, do tipo “B”, vai à discussão e votação para o grupo, que pode aceitar ou vetar a mesma na rede.

Para ter seu produto incluído no seletivo grupo da EBU, a APTN e a Reuters TV trabalham de maneira acelerada. Pelas regras da EBU, a primeira agência que fizer a oferta ou aquela que tiver o material primeiro nas mãos, ou ainda dispuser de imagens exclusivas, tem prioridade de distribuição. Há um revezamento na conferência para evitar que uma determinada agência sempre se posicione antes da outra, levando, com isso, vantagens.

<sup>225</sup> Há um rodízio nas equipes responsáveis por comandar a escolha das reportagens, como se nota no primeiro parágrafo da página, na frase “Today’s Crew”.

Entretanto, o sistema acabou norteando o dia a dia das agências de forma perversa, como acredita Flora Charner, da APTN no Rio de Janeiro:

O fato é que viramos um pouco reféns da EBU. Precisamos passar pelo crivo deles, do contrário, já perdemos a guerra diária com a Reuters. Outro problema: a sede da EBU fica em Genebra, nossa sede está em Londres. Há uma perspectiva muito europeia nas decisões tomadas.<sup>226</sup>

Leandra Camera, da Reuters TV, também concorda com essa avaliação:

Não adianta investirmos muito numa grande reportagem se ela não fica pronta a tempo de estar disponível no *deadline* que a EBU exige para o primeiro pacote de notícias da rede, no início da tarde, hora do Brasil. Às vezes, o vídeo que produzimos nem está com tanta qualidade, mas o vencedor é quem tem primeiro, não necessariamente o que apurou e captou melhor a notícia.<sup>227</sup>

Em síntese: entrar no circuito EBU significa ter a reportagem aceita por todas as televisões europeias. Há, portanto, uma espécie de “prestígio moral” conquistado cada vez que isso acontece. Sob a ótica da APTN e Reuters TV, se os itens foram priorizados pelos clientes mais substanciais, se a rede EBU incorporou seus produtos, outras empresas vão reproduzir os mesmos critérios de seleção de notícias. Além disso, as agências internacionais ganharam *status* num sentido mais imbricado com a legitimidade do que com a aparência. Passar pelo filtro da EBU é o mesmo que ganhar o jogo, que ser reconhecido na arena global do telejornalismo, como lembra um ex- funcionário da APTN:

Lembro que emplacamos muito nossas produções na EBU com a cobertura da morte de uma turista alemã em São Paulo. O que obviamente interessava muito mais às emissoras alemãs do que qualquer outra, mas na hora de renovar contratos com um canal da Alemanha, a APTN estava associada à agilidade ao furo. Tudo isso é levado em conta. A imagem da agência diante de seus clientes depende, em larga medida, de sua inserção dentro da EBU. Ter o endosso europeu é ter um certificado de qualidade, como se as escolhas feitas pelas agências fossem certas.<sup>228</sup>

Não se trata de fazer um ranking de penetração aleatório, mas, ao contrário, de uma estratégia cuidadosamente planejada para atingir tais metas de *aceitação*. No anúncio abaixo, postado no *website* da APTN em janeiro de 2010, a empresa americana revela que seu braço audiovisual teve 883 histórias “exclusivas” a mais que a Reuters na rede EBU, número que acompanha uma tendência ao longo dos últimos dez anos.

<sup>226</sup> Em entrevista já mencionada.

<sup>227</sup> Em entrevista já mencionada.

<sup>228</sup> Edmar Figueiredo, ex-correspondente da APTN no Brasil, em entrevista por e-mail à autora.

8 de Janeiro 2010

### Histórias exclusivas na EBU



Quando se trata de ser a primeira a dar furos de notícias para os telejornais do mundo, uma agência tem dominado as telas de tevê do mundo pelo décimo primeiro ano consecutivo. A APTN, a divisão audiovisual internacional da AP, forneceu 883 reportagens exclusivas a mais que a concorrência, que entraram na seleção da rede EBU em 2009. [...] A EBU entende por conteúdo exclusivo furos de informação/imagem ou mais agilidade no envio das imagens. Em 2009, a APTN escoou via EBU 4462, ao passo que a Reuters TV gerou 3579. E a margem vem aumentando ano a ano [...].<sup>229</sup>

**Figura 37** Reprodução de anúncio da AP, em 8 de Janeiro de 2010

O compromisso de penetrar nessa “zona de consenso” produz deformidades. Se uma semente, uma “terceira via”, foi germinada justamente para quebrar o monopólio das agências globais transnacionais e possibilitar a troca em termos não lucrativos, como explicar que os conteúdos da EBU estejam cada vez mais mirados dentro de um modelo comercial? Se a APTN e a Reuters estruturam (radicalmente definem, ousamos dizer) suas operações com vistas à mediação e aprovação da EBU, evidentemente clientes de patamares modestos permanecerão ocultos. Seria arbitrário simplificar, no entanto, que a EBU veio apenas se somar ao quadro já existente de distorções no fluxo comunicacional, com tópicos cobertos dentro de um modelo de propaganda ocidental, cujos enquadramentos buscam satisfazer os desejos de dominação e manipulação de uma elite política e financeira, como defenderam Herman e Chomsky (2003). A parceria com redes da Tunísia, da Argélia e do Azerbaijão indica um ensejo para encontrar mais variedade de assuntos, países e temários.

As Américas, no entanto, continuam indiferentes ao formato de cooperação nos moldes da Eurovision e seus similares, embora oficialmente exista a Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas, a OTI, com sede no México, mas que, ao menos no Brasil, não criou laços sistemáticos de parceria noticiosa. Nos Estados Unidos, no México e no Brasil a estrutura de radiodifusão favoreceu concentrações nas mãos do capital com fins lucrativos.

<sup>229</sup> Tradução para o anúncio que constava na página da internet da Associated Press: “When it comes to being the first to break exclusive stories for the world's broadcasters, one international video news agency has dominated television screens worldwide for the eleventh year running. AP Television News, the international video division of The Associated Press, outpaced its agency competition by providing over 883 more exclusive news stories to the European Broadcasting Union (EBU) in 2009... The EBU's definition of an 'exclusive' is a story which scoops the competition either on content or speed. AP Television News was 883 exclusives in front in 2009, scoring 4462 versus Reuters' 3579. In 2008 the margin of victory was 786, in 2007 it was 939, and between 2006 and 1999 it was 602, 678, 595, 750, 634, 716, 507 and 323 respectively”.

### 4.3 Gigantes enfrentam gigantes

A Reuters TV e a APTN parecem triunfar no mercado, ainda que à sombra da EBU, que, como vimos, impõe restrições para aceitar novos membros, sejam elas geográficas ou políticas (nenhuma emissora do Brasil é membro do consórcio). Não é que as duas agências tenham transitado livremente na órbita do comércio de notícias sem que seus espaços nunca tivessem sido invadidos por concorrentes de peso. Além do receio de que o formato EBU se espalhasse pelo mundo como uma alternativa viável à troca de conteúdos informacionais, as agências globais enfrentaram e ainda se confrontam com abalos em maior e menor escala.

Como mencionado brevemente em capítulos anteriores, houve, por exemplo, um crescimento expressivo de veículos, canais e até mesmo iniciativas das agências regionais que vislumbraram expandir horizontes audiovisuais, como a Ihlas, da Turquia. A Agence France Presse, por sua vez, se vale de um marketing agressivo para a fabricação de um volume noticioso diferenciado em seu segmento audiovisual. A France Press Television (AFPTV) se posiciona no mercado como uma empresa preocupada com questões mais segmentadas, ou seja, alguns nichos de reportagens, como o meio ambiente, a moda e o *showbusiness*, não priorizados pela AP-Reuters em seus “pacotes básicos” de reportagens, aqueles mais acessíveis às emissoras de médio e pequeno porte.<sup>230</sup>

Vinte anos atrás, a espanhola EFE chegou a pensar em um canal de TV em parceria com a Telemadrid, na tentativa de ganhar musculatura e se constituir, efetivamente, em uma agência ibero-americana de notícias audiovisuais (MURO BENAYAS, 2006). O projeto não se concretizou, mas a empresa lançou, em 2010, o embrião de sua nova divisão audiovisual com ambições internacionais. Identificada com uma agenda hispânica e latino-americana, a EFE quer uma fatia do bolo onde justamente goza de credibilidade e de maior investimento de pessoal.<sup>231</sup>

Vive-se, portanto, um instante de transição no mercado, na visão de Muro Benayas (2006, p. 24), um tipo de “esgotamento ou desaparecimento do modelo comercial das

<sup>230</sup> Tanto a Reuters TV como a APTN têm vídeos exclusivos na área de entretenimento, mas geralmente eles demandam custo adicional. Assim como aqueles telespectadores de TV por assinatura como Net e Sky pagam de acordo com suas escolhas de programação, as emissoras de televisão também recebem uma tabela com preços diferenciados nos contratos, que variam de acordo com a abrangência do material distribuído.

<sup>231</sup> É emblemática a escolha de Lola Alvarez como o segundo nome na hierarquia da direção da EFE. Ela consolidou a carreira em vários segmentos audiovisuais. A própria Lola apresentou os princípios do braço audiovisual da EFE durante o III Congresso Mundial das Agências de Notícia, realizado em Bariloche, em outubro de 2010. O setor audiovisual já existe, mas ainda é pequeno, concentrando-se, basicamente, nos escritórios de Madri, de Bogotá e do Rio de Janeiro.

agências desenhado há mais de um século”. Na mesma direção, o relatório preparado por Oliver Boyd-Barrett (2001) para a UNESCO no início da década passada já apontava a sobrevivência das agências como um problema preocupante, especialmente o que deve, de fato, prevalecer como modelo de negócios. Ainda que as agências sejam alvo constante de críticas, justamente por encarnarem uma espécie de carruagem colonizadora ocidental, reconheciam-se seus papéis num planeta com democracias frágeis e ainda uma censura à imprensa local: “Estávamos diante de um perigo da implosão das agências de alcance nacional, extremamente fundamentais nesta corrente sanguínea informacional. Essas, por sua vez, se deparavam com o fantasma da inutilidade diante de uma promissora internet em que todos, em tese, produziriam notícia”.<sup>232</sup>

O documento foi pautado em alguns dispositivos de mercado. Primeiro, as redes de canais internacionais BBC e CNN passaram a penetrar, com mais intensidade, no mercado do consumidor final, já que houve um barateamento das assinaturas de televisão a cabo. Ou seja, telespectadores do mundo inteiro, seja em hotéis ou em suas residências, passaram a ter contato direto com redes que cobrem, sistematicamente, assuntos além de suas fronteiras territoriais. As agências telejornalísticas escoaram seus despachos via portais da internet, atingindo o consumidor final de notícias (BOYD-BARRETT, 2010). Articula-se a esses dois sintomas a consolidação da rede Al-Jazeera, que finalmente possibilitou os relatos noticiosos do Oriente Médio, do Norte da África e do corredor da Ásia centro-meridional a partir de uma perspectiva árabe-oriental.

Antes de dimensionar rivais mais evidentes no atual comércio global de notícias, é oportuno retomar alguns contextos de transformação do capitalismo, que permitiram a progressão de empresas multinacionais a redes internacionais, como assinala Manuel Castells (2005a), empresas “que transcendem fronteiras, identidades e interesses nacionais” (CASTELLSa, 2005, p.251). O modelo de concentração oligopólica deu origem a grandes corporações midiáticas. A conglomeração transnacional, resultado da globalização, assinala Virginia Fonseca (2005), se viabilizou sob o espectro das novas tecnologias de informação, resultando em centenas de estações de TV por cabo, transmitidas também por fibra ótica e satélites.

Cesar Bolaño (2005, p. 38) considera que as tecnologias de informação abriram caminho para a expansão do capital internacional, fomentando as diretrizes que se adequassem melhor à descentralização de atividades financeiras e à radicalização da

---

<sup>232</sup> Oliver Boyd-Barrett, em depoimento à autora, durante estágio de doutorado na Universidade de Bowling Green.

globalização: movimento na qual o grande capital multinacional “amplia sua capacidade de ação em termos geográficos, subtraindo, em grande medida, a capacidade de controle dos Estados nacionais individuais, em especial daqueles que não pertencem ao grupo dos países centrais”.

Ao analisar a transformação política e econômica do capitalismo, David Harvey (2008) enfatiza que o fenômeno foi acompanhado por dois contextos: o acesso e o controle às informações, com a análise simultânea de dados advinda com a tecnologia; e a reorganização, a flexibilização e o afrouxamento do sistema financeiro mundial. Sem restrições de tempo, moeda e espaço, o uso de computadores promoveu o mercado de dinheiro sem Estado. O jornal *Financial Times* descreveu assim o processo: “Um comprador inglês pode obter uma hipoteca japonesa, um americano pode ter acesso à sua conta num banco de Nova Iorque através de um caixa automático de Hong Kong, do mesmo modo que um investidor japonês compra ações de um banco escandinavo baseado em Londres” (HARVEY, 2008, p. 154).

Investimentos de empresas ampliaram suas operações fora dos países de origem e as fusões galoparam em progressão nunca antes vista, especialmente na indústria das telecomunicações.<sup>233</sup> Thompson (1998) alerta que a formação desses empreendimentos midiáticos mundiais não representa apenas a disposição de atuar na arena internacional fora do mercado doméstico. À medida que os gigantes absorveram veículos de imprensa, observa-se uma concentração não somente da propriedade, mas, sobretudo, de um poder simbólico, privativamente controlado e capaz de disseminar, de forma desigual, conteúdos informacionais.

Robert McChesney (2008) e Venício Lima (2001) arrolam, ainda, um fator importante nessa conjuntura: a aprovação, pelo Congresso americano, do *Telecommunications Act*, em 1996, desencadeando a onda de especulações para compra e venda de canais de TV e rádio, e consequentemente intensificando as fusões e privatizações.

Antes de 1996, nos Estados Unidos, uma única emissora de rádio poderia ser proprietária de 28 estações nacionais e não mais que quatro, numa mesma cidade. O governo Reagan estendeu a concessão para emissoras e reduziu o tempo de espera para a venda de emissoras de televisão recém-adquiridas. Com as restrições de propriedade anuladas, o grupo Clear Channel está em 65 países e só nos Estados Unidos é agora dono de 1.200 estações de rádio. Na prática, em cada estado americano, duas ou três empresas comandam e dominam as

---

<sup>233</sup> Neste setor, os negócios considerados “internacionais”, fora dos limites territoriais, saltaram de US\$ 100 bilhões em 1987 para mais de US\$ 1 trilhão em 2000. Entre 1984 e 1999, mais da metade das 189 empresas estatais filiadas à União Internacional de Telecomunicações foram privatizadas (McCHESNEY, 2008).

ondas do rádio (McCHESNEY, 2008).<sup>234</sup> No Brasil instaurou-se um modelo mais verticalizado: um único dono pode controlar emissoras de rádio, TV e jornais.

O processo de internacionalização informacional se apoiou, portanto, nas mudanças tecnológicas, sociais e políticas pós-1970 que possibilitaram o surgimento de redes transnacionais, como a CNN. Com o uso mais sofisticado de sistemas de cabo e satélite e a digitalização da informação, a emissora americana se projetou sob os auspícios de uma televisão globalizada. Em 1980, o empresário americano Ted Turner fundou um canal 24 horas dedicado inteiramente a notícias. Cinco anos depois, a CNN ganhou uma subdivisão, a CNN International (CNNI), dispendo-se a cobrir o mundo independentemente das agências de notícias e das redes americanas. O braço internacional da CNN transmitiria a partir daí eventos globais, em parceria com emissoras de televisão regionais que já possuíam satélites interligados, como a chinesa CCTV. Em 1996, a CNN foi comprada pela Time Warner, a maior empresa de entretenimento planetária, que tem 38 mil funcionários e controla várias unidades de negócios atrelados à indústria cultural (música, publicidade, cinema). Em 2009, a Time Warner faturou US\$ 44 bilhões, sendo seu valor de mercado estimado em US\$ 33 bilhões (COSTA, 2010).

A influência da CNN no telejornalismo global (*ceenização*) e na política externa americana (*o efeito CNN*) já foi bem documentada na literatura brasileira e internacional, por meio de distintas vertentes e filiações teóricas (GILBOA, 2005; HACHTEN, 1996; PARKER, 1995; SOUZA, 2005; SQUIRRA, 1995; THUSSU, 2006; VOLKMER, 1999). Aqui não se busca dialogar com esses processos, apenas contextualizar de que maneira a CNN International, por meio da sua agência interna, a Newsource, pode estar quebrando o duopólio AP/Reuters.

A CNNI e a BBC World News são os maiores canais internacionais de notícias para a televisão. No caso da BBC, a programação se limita às transmissões em inglês, ainda que permita mecanismos de dublagem e legendas em alguns países, como o Japão (THUSSU, 2006). No entanto, a BBC World Service não realiza transações comerciais em termos similares àqueles protagonizados pelas agências. Significa dizer que a rede britânica não é nem mesmo uma agenciadora de seu conteúdo exclusivo. Suas imagens são retransmitidas regularmente por meio das agências telejornalísticas, e não diretamente para as emissoras de

---

<sup>234</sup> No site oficial, a Clear Channel diz que agora controla 850 estações de rádio. A empresa é uma subsidiária de parte do Katz Media Group, que representa 2.600 estações de rádio e 400 emissoras de tevê regionais. Cf. <<http://www.clearchannel.com/Radio/PressRelease.aspx?PressReleaseID=1563&p=hidden>>. Acesso em: 20 out. 2010. Mas Andrew Keen (2009, p. 120) diz que os negócios do Clear Channel estão, na verdade, ameaçados e que mais de 400 emissoras do grupo foram colocadas à venda em função da internet.

televisão, com exceção, claro, dos clássicos documentários vendidos em todo o mundo. Na prática, apenas uma coalizão tripartite (Newsresource-APTN-Reuters TV) jorra o combustível que alimenta o noticiário das emissoras do planeta. O quadro a seguir, construído a partir de informações cedidas pelas empresas, ilustra o desempenho avassalador da CNNI e da BBC World News diante da malha informacional mundial:

Canais globais	
BBC World	CNN International
57 escritórios	47 escritórios
Pode ser vista por 270 milhões de residências em 200 países.	Pode ser vista por 285 milhões de residências em 200 países. Tem uma rede de 38 satélites.
audiência estimada: <b>não disponível</b>	audiência estimada: <b>1 bilhão</b>
correspondentes: <b>250</b> (incluindo produtores)	correspondentes: <b>100</b> (só os que aparecem na televisão, sem contar produtores)
propriedade: pública BBC (Sistema Público de Radiodifusão)	propriedade: privada Turner Broadcasting System, Inc (Subsidiária da Time Warner)
Lançado em <b>1991</b> como "BBC World Television"	A CNN começa nos EUA em <b>1980</b>

**Figura 38** Atuação dos dois canais internacionais: CNN e BBC <sup>235</sup>

José Carlos Aronchi de Souza (2005) descreve a CNN como a “célula” mais importante da globalização da comunicação, responsável pelo surgimento de outras empresas a cabo, especialmente nos países emergentes. Cottle (2009) enxerga a rede como um bastião da extraterritorialidade, aquela que desbrava regimes fechados e países devastados por

<sup>235</sup> A CNN tem 14 bases nos Estados Unidos e 33 espalhadas pelo mundo. A CNN Internacional só começou a ser transmitida em 1985. A audiência média da CNN “mãe” nos Estados Unidos é de 100 milhões de pessoas, alternando a liderança com outros canais a cabo, como a Fox e a MSNBC.

desastres naturais. Muitos escritórios da CNNI (unidade internacional) foram instalados em locais onde as agências se orgulhavam de manter exclusividade, como na época em que comandavam o cartel informacional, no início do século passado. Contudo, o tão copiado formato *all news* da CNN é criticado por apostar mais no imediatismo e na velocidade do que propriamente no jornalismo investigativo e de qualidade.<sup>236</sup>

Paralelamente à sedução da notícia em tempo real, à agilidade para o *breaking news* e ao prestígio solidificado durante a cobertura da primeira Guerra do Golfo, a CNNI passou a ser examinada de perto pelas redações mundiais, como uma referência importante para os relatos do aqui e agora. No Brasil, como demonstrou Pedro Aguiar (2008, p. 37), manter a CNN “ligada o tempo todo” é um hábito incorporado às rotinas produtivas dos jornais de maior circulação nacional, apesar de os despachos das agências ainda serem a peça fundamental na manufatura diária da editoria internacional.

APTN, Reuters TV, CNNI e BBC World News formam um império midiático, visto por profissionais na área como necessário. A maioria dos jornalistas reconhece nessas empresas uma representação do centro de gravidade geopolítico de superpotências, associada a uma determinada cosmovisão (DAVIES, 2008), mas sabe que não se pode abrir mão delas. Muro Benayas (2006) é ainda mais realista: o lugar onde as agências estão sediadas sempre determinará seu posicionamento político: seja ele árabe, anglo-saxônico ou asiático. Dessa maneira, é esperado que uma empresa fomentada no seio do império britânico, como é o caso da Reuters, tente priorizar suas lentes para as áreas de interesse político histórico, como o Oriente Médio (a Palestina foi um protetorado britânico até o final da Segunda Guerra).

É preciso ressaltar que a gama de possibilidades tecnológicas nas áreas de *software* e microeletrônica a partir dos anos 1980 permitiu que as organizações midiáticas atuassem em rede. Assim, os custos de mão de obra foram otimizados e a convergência tornou-se um elemento principal de integração para competir na nova economia global (CASTELLSa, 2005). A CNN não se tornou impermeável a todo esse processo e sabia que seria mais eficiente e lucrativa se passasse a revender seu portfólio nos moldes de um *syndicated news service*. A operação consiste na cessão de reportagens apuradas e publicadas/exibidas por um veículo e então redistribuídas para determinados assinantes. Diferentemente das agências, o sistema da CNN Newsource é apenas uma reciclagem, um agenciamento de conteúdos de seus boletins: reportagens exibidas nos Estados Unidos que são, então, pulverizadas numa

---

<sup>236</sup> Não é de espantar que 39% dos americanos veem regularmente TV a cabo e 64% ligam a CNN quando querem se informar das manchetes do dia. Questionados sobre suas preferências acerca das matérias mais amplamente apuradas, só 10% afirmaram que sintonizam a emissora, enquanto 37% compram o *Wall Street Journal*. Os dados são de pesquisa regular feita pelo Pew Research Center (AMERICANS..., 2010).

grande rede internacional. A CBS International, até mesmo por nunca ter se associado a uma agência, como fizeram a NBC e a ABC, oferecia produto semelhante (ESPERIDIÃO, 1997).

Registra-se ainda, nesse cenário, o crescimento da Bloomberg TV, do canal CNBC, da Sky News e da Fox News. O magnata australiano Rupert Murdoch, que é dono de um grupo de jornais e indústrias de entretenimento e tecnologia, detém parcialmente as ações da britânica Sky e é majoritário da americana Fox.<sup>237</sup> Desde 1989 a Sky dava sinais de querer ocupar mais fortemente um espaço para além da Grã-Bretanha e dos Estados Unidos, e já é transmitida em mais de 40 países<sup>238</sup>. Thussu (2007) usa o termo “murdoquização” quando se refere ao império de um único grupo em mercados não europeus e americanos, já que Murdoch também é proprietário das redes Star, Zee TV e Phoenix, da Índia e China.

Em sua retrospectiva sobre os canais *all news*, Stephen Cushion (2010) também alerta para como as velhas texturas e convenções de um jornalismo de neutralidade foram quebradas com a ascensão da Fox nos Estados Unidos, falando até de uma *foxização* midiática caminhando em paralelo com uma *ceenização*.<sup>239</sup> O autor defende, porém, que a avalanche de canais por assinatura atesta a busca por um equilíbrio comunicacional multipolar, solapando as hegemonias aparentemente incontestáveis. Apresentando os freios nesse cenário, cita diversos empreendimentos, como CCTV 9, Russia Today, France 24 e Globo News. Cushion destaca particularmente o canal Euronews, em funcionamento desde 1993 e muito mais interessado em divulgar informações fora da Europa, evitando “parcialidade” ou “focos unidirecionais” de um só país ou bloco supranacional.<sup>240</sup>

Aqui é preciso distinguir que nem todo registro audiovisual dos eventos mundiais, nem toda narrativa da atualidade conduzida pelo Ocidente e pelas superpotências redundam no mesmo tipo de lógica econômica aplicada ao noticiário. No feliz aforismo de Laurindo Leal Filho (1997, p. 11), a BBC é “uma obra primorosa da engenharia institucional. Ela é

---

<sup>237</sup> Cf. Arsenault e Castells (2008) para entender a conexão desses megaconglomerados com outros gigantes da internet, como o Google.

<sup>238</sup> Murdoch tinha interesse de ser sócio majoritário da maior provedora de TV paga do Reino Unido, a BSkyB, mas o escândalo envolvendo seus jornais (especialmente o extinto tablóide sensacionalista *News of the World*), em julho de 2011, fez com que a operação não fosse concluída.

<sup>239</sup> A Fox tem mais audiência nos Estados Unidos do que a CNN e reverbera o direito de ter colunistas e âncoras ultradireitistas, pouco interessados em promover um debate amplo entre diferentes filiações políticas. A emissora aposta numa cobertura ligada a setores conservadores, com discurso extremamente patriota. Sobre a cobertura parcial do canal veja o documentário *Outfoxed*, de Robert Greenwald. Cf. <<http://www.outfoxed.org/>>. Acesso em: 20 mar. 2010.

<sup>240</sup> Cushion prepara um novo livro sobre como o canal Euronews está resignificando a esfera pública na Europa, como um “contrapeso” à rede CNN. O Euronews é retransmitido em nove idiomas, inclusive em árabe, para mais de 70 países. No site oficial é claro sobre seus propósitos: “Achamos que a aproximação sistematicamente sensacionalista da informação força e deforma o julgamento dos telespectadores sobre a actualidade mundial”. Cf. <<http://pt.euronews.net/the-station/>>. Acesso em: 20 fev. 2010.

responsável pela criação e manutenção de um modelo de rádio e televisão sem similar em todo o mundo”.

A joia do telejornalismo internacional teve seus princípios aplicados em 1932, com o nascimento do BBC World Service, só transmitido pelo rádio. Somente em 1991 a BBC inaugurou um canal de televisão com alcance mundial (renomeado BBC World, em 1994, e BBC World News, em 2008). A programação da BBC internacional reflete a natureza de sua propriedade pública. Na prática, não há obrigação de dar notícia em primeira mão, mas exigem-se compromissos com precisão, independência de fontes e checagem de dados (LEAL FILHO, 2008). O longo depoimento de um dos diretores da BBC, Chris Westcott, elucida as conexões com as agências:

Interessante que a Reuters TV e a APTN agora nos vejam como competidores, ao mesmo tempo em que reconheçam nosso valor como clientes na sua rede de assinantes. [...] Todos os nossos concorrentes são movidos, no limite, pelos lucros. [...] As redes de TV estão preocupadas com a sobrevivência diante da nova geração de “telespectadores” de telas de computador. Não enfrentamos esse dilema, porque já somos um sucesso em várias plataformas [...] Não temos como regra agonizar em busca de um furo, embora nosso sistema de apuração, o nosso corpo de repórteres, seja tão vasto que isso acontece naturalmente. Nós não enviamos equipes quando um fato inesperado acontece, nós provavelmente já estamos por lá (WESTCOTT *apud* PATERSON; SREBERNY, 2004, p. 83-90).

Retomando a questão dos novos *atravessadores/atacadistas* de notícias, é necessário lembrar que a agência de notícias da CNN só foi lançada no mercado americano em 1987, e entre 1989 e 1993 teve seu *staff* expandido para invadir a esfera internacional. Inicialmente contava apenas com 22 emissoras estrangeiras como assinantes (VOLKMER, 1999). Atualmente, por meio de cinco satélites digitais e pela internet no sistema Bit Central, a Newsource é distribuída para 850 emissoras americanas e 200 estrangeiras.

A Newsource incorporou algumas condutas já encampadas pela indústria: treina jornalistas de emissoras e cede equipamentos para transmissões ao vivo. Dá também consultoria de cobertura em zonas de conflito e propõe-se a dividir custos com emissores em lugares sem facilidades tecnológicas. Assim como a Reuters TV, desenvolve programas de intercâmbio com universidades.<sup>241</sup> Postula, no entanto, uma relação de “mais proximidade e interatividade” com os clientes, de exportação de um *know-how* administrativo e editorial.

Os contratos da Newsource assemelham-se aos da APTN e Reuters TV, já que são amarrados a partir de negociações específicas, nas quais é aferido, em detalhes, o tamanho e a

---

<sup>241</sup> A Reuters mantém um instituto ligado à Universidade de Oxford para professores e profissionais da área. Cf. <<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>>. Acesso em: 20. mar. 2010. A CNN, por sua vez, geralmente convida jornalistas de suas emissoras clientes para estágio de uma a quatro semanas.

importância da emissora-assinante. Na CNN o cliente é chamado de afiliado, conotação bem distinta da existente no mercado brasileiro, em que a nomenclatura é aplicada somente a uma empresa local que retransmite a programação de uma grande rede. Dos cerca de 200 assinantes não americanos, cerca de 60 possuem os direitos de retransmissão do sinal “sujo” da CNN, o jargão telejornalístico para designar imagens que trazem um logotipo e várias informações gráficas, como manchetes, números, gráficos e até mesmo repórteres. Para os que pagam pelos serviços mais amplos da Newsource, os vídeos chegam finalizados, sem tarjas, em formatos similares aos das reportagens fornecidas tanto pela APTN como pela Reuters TV.



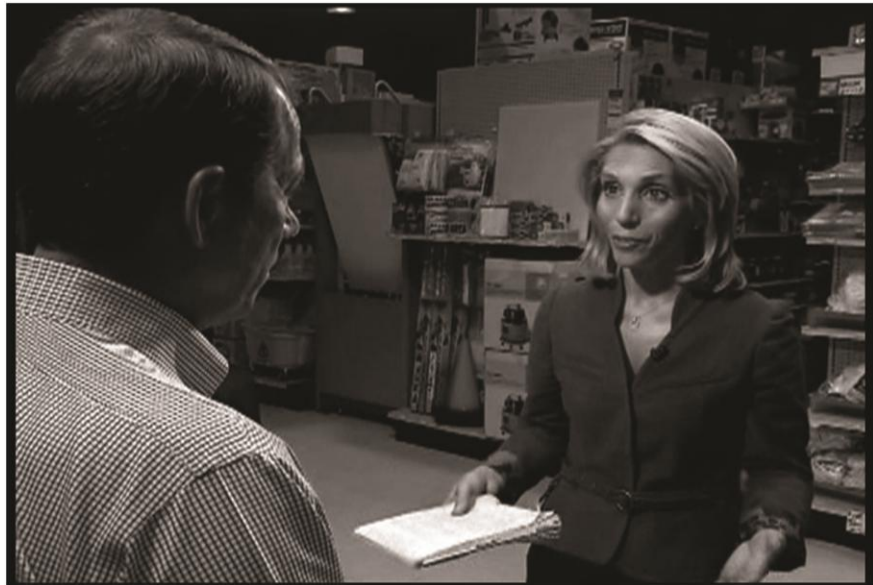
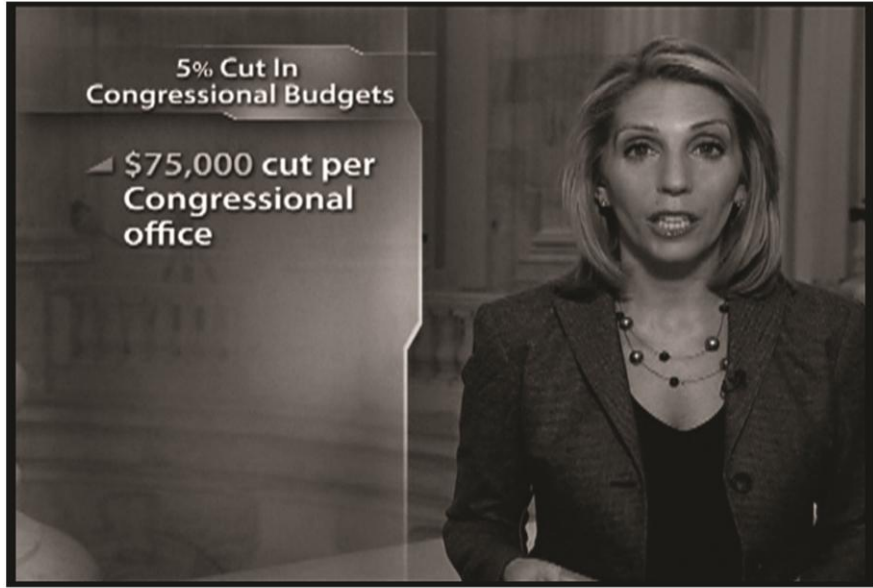
The last boat people  
(Reportagem sobre a Indonésia)



New Delhi's women-only subway  
(Reportagem sobre metrô exclusivo para mulheres na Índia)



Hurricane Tomas drenches Haiti  
(Reportagem sobre um novo furacão que atingiu o Haiti)





Afghan women break the mold  
(Reportagem sobre a importância do voto da mulher no Afeganistão)



Obama visits students in Mumbai  
(Visita de Obama à Índia)

**Item** **Number:** SN-25MO  
**Slug:** MEXICO: NEW HELICOPTERS TO FIGHT IN DRUG WAR  
**Format:** PKG  
**TRT:** 2:22  
**Feed** **Time:** 04:45:57  
**Source:** CNN / SEMAR / UNIVISION NETWORK / CEPROPIE  
**Embargo:** ALL UNIVISION MARKETS  
**Reporter:** MARIO GONZALEZ  
**Script Last Updated:** 9-NOV-10 03:55:45 GMT

**-LEAD IN--** EL GOBIERNO DE ESTADOS UNIDOS ENTREG UN NUEVO LOTE DE HELICPTEROS A LAS AUTORIDADES MEXICANAS, PARA COMBATIR EL CRIMEN ORGANIZADO. TAMBIEN RECONOCI EL GOLPE CONTRA EL CARTEL DEL GOLFO, CON LA MUERTE DE TONY TORMENTA. EL PRESIDENTE FELIPE CALDERON, POR SU PARTE, HABLO DE LAS GRANDES PREDIDAS EN LA LUCHA POR LA SEGURIDAD. MARIO GONZALEZ NOS AMPLIA.

-- **-AS FOLLOWS** Son dos helicpteros tipo Bell que el gobierno de Estados Unidos entreg a la Secretara de la Defensa Nacional de Mxico, en el marco de la Iniciativa Mrida. Con estas aeronaves suman siete las ya entregadas desde diciembre y se espera que en los prximos meses se entreguen nueve ms. La embajada de Estados Unidos dice que este es un ejemplo de la colaboracin entre los dos pases en la lucha contra el narcotrffico, que rinde frutos concretos como el abatimiento del lder del crtcl del Golfo, Ezequiel Crdenas Guilln, Tony tormenta, el viernes pasado en Matamoros. "Por este motivo estamos complacidos y orgulloso, pero al reunirnos hoy para entregarles estos impresionantes helicpteros no tengan duda de que esto solo representa una pieza de un rompecabezas mucho ms grande." UN ROMPECABEZAS QUE FUE TOMANDO FORMA HACE SEIS MESES - SEGN LA SECRETARA DE MARINA - CUANDO EN UN OPERATIVO SE LOCALIZ INFORMACIN VALIOSA SOBRE EL "TONY TORMERTA" Y SU GRUPO DE SICARIOS, LOS ESCORPIONES. SEGN LAS AUTORIDADES EL LDER DEL CRTEL DEL GOLFO LOGR ESCAPAR EN DOS OCASIONES DISTINTAS, HASTA EL OPERATIVO DEL VIERNES, CUANDO MURI EN EL ENFRENTAMIENTO CONTRA MS DE 600 EFECTIVOS DE LA ARMADA. PERO EL EXITOSO OPERATIVO, SE VIO OPACADO CON LAS IMAGENES DE DOLOR DE MICHOACN, DONDE DECENAS DE FAMILIARES Y AMIGOS DESPIDIERON A LAS 18 PERSONAS ASESINADAS EN EL PUERTO DE ACAPULCO. AUTORIDADES LOCALES VINCULAN ESTE ASESINATO MLTIPLE CON EL CRIMEN ORGANIZADO, PERO SUS FAMILIARES RECHAZAN ESTAS VERSIONES Y SOSTIENEN QUE SOLO FUERON DE VACACIONES AL CENTRO TURSTICO. LOS CUERPOS FUERON HALLADOS EN UN CEMENTERIO CLANDESTINO, CERCA DE ACAPULCO, LUEGO DE QUE SE DENUNCIARA SU SECUESTRO HACE UN MES. ANTE LA ASAMBLEA GENERAL DE LA SOCIEDAD

INTERAMERICANA DE PRENSA, EL PRESIDENTE FELIPE CALDERN RECONOCI QUE SON ALTOS LOS COSTOS DE LA GUERRA. "Que nos va a costar dinero, mucho dinero y tambien que nos va a costar vidas humanas como por desgracia nos ha costado la vida de 60 militares y otro tanto de policas federales y por supuesto de ciudadanos inocentes. Pero por supuesto es una batalla que vamos a ganar y vamos a librar porque queremos futuro." UN FUTURO QUE EN EL CORTO PLAZO SE CALCULA MS VIOLENTO SEGN LAS AUTORIDADES, POR EL REACOMODO DE FUERZAS EN EL INTERIOR DE LOS GRUPOS DELICTIVOS, TRAS LA MUERTE DEL PRINCIPAL LDER DEL CARTEL DEL GOLFO.

MARIO GONZALEZ, CNN, CIUDAD DE MEXICO -----END-----CNN.SCRIPT

**Figura 39** Sequência de produtos da CNN/Newssource<sup>242</sup>

Se as similitudes supostamente igualam a Newssource à concorrência, algumas diferenças são logo apontadas:

Não queremos cobrir o feijão com arroz do noticiário. Isso ainda será de responsabilidade das agências clássicas. De todo o conteúdo de nossas ofertas, 90% têm relação direta ou indireta com os Estados Unidos. Desde analistas financeiros comentando a bolsa, que podem ser dublados ou legendados, até *feeds* com curiosidades e particularidades nos nossos telejornais “locais”, que, a rigor, jamais seriam classificados como um “item internacional”. O nosso diferencial é que, ao sermos veículos e agência, sabemos muito mais o que uma emissora quer. Conhecemos o perfil, as dificuldades das redações. Temos o domínio de uma linguagem não apenas estética, mas do movimento organizacional das emissoras. As agências sufocam o cliente com histórias que jamais serão usadas nos telejornais. Vão literalmente para o lixo. Temos 300 itens diários, disponíveis em sete gerações ao longo do dia. Mas fazer um cliente optar pela Newssource é um trabalho árduo de convencimento. As emissoras se viciaram no modelo de agência. Esse modelo, se não se renovar, vai se esgotar. Cedo ou tarde. Isso significa mais flexibilidade e agilidade para atuar em zonas específicas. No Brasil, por exemplo, sabemos que o interesse pelas histórias da África é pequeno. As agências não perceberam que o cliente não precisa ter tudo o tempo todo, mas, acima de tudo, reportagens diferenciadas.<sup>243</sup>

Nos últimos cinco anos, a Newssource decidiu colar ainda mais sua imagem à da CNN para atrair assinantes: afinal, são 4.000 funcionários só em Atlanta trabalhando indiretamente para a agência, apesar de apenas 18 pessoas serem efetivamente responsáveis pela Newssource. Quando cada editor da CNN americana ou internacional finaliza uma reportagem produzida por uma afiliada ou por um de seus 100 correspondentes, a mesma reportagem é disponibilizada num servidor em rede, para avaliação jurídica e logística de uma equipe, que a encaixará (ou não) nas ofertas da Newssource. É praticamente uma redação gigantesca alimentando um único sistema, que tem ainda dois subpontos de distribuição: Hong Kong e

<sup>242</sup> Primeiro: na página 191, imagens com tarjas (sujas) e repórteres da região. Na página 192, uma reportagem com arte gráfica para explicar o que estava em jogo na votação do congresso americano. Por fim, um *script* contendo o texto literal do repórter, direto da Cidade do México, contendo inclusive a assinatura dele.

<sup>243</sup> Eli Flournoy, diretor da Newssource, em entrevista à autora, em Atlanta, em 1º de abril de 2010.

Londres. Por meio de parcerias e *joint ventures* com emissoras regionais, a Newssource agregou ainda em seus pacotes vídeos produzidos originalmente pela CNN Chile, CNN Turquia, CNN Japão, CNN Espanha e CNN Índia.

É sintomático que, desde 2007, a CNN já não assine os serviços regulares da Reuters TV, depois de quase três décadas de estreita relação, construída ainda nos tempos da Visnews. Não seria imprudente atribuir o rompimento do contrato ao esforço da CNN em sacudir agressivamente o mercado de intermediação do noticiário internacional,<sup>244</sup> fomentando seus próprios alinhamentos e prioridades de cobertura.

Há, porém, uma terceira camada de explicação para o crescimento da Newssource. A subdivisão da CNN aproveita-se da infraestrutura colossal da “nave mãe” para promover também dois bordões famosos da empresa: *Seja o primeiro a saber* e *Vá além das fronteiras* (*be the first to know* e *go beyond borders*). A Newssource, como a CNN, chegaria antes e a lugares mais remotos.

A integração em rede fez a CNN ter uma agilidade só comparável à da BBC World News. Computadores de última geração, unidades operacionais voltadas exclusivamente para inovações em teleinformática, possibilitaram que a CNN se tornasse pioneira em novos equipamentos e formas de transmissão. Desde o telefone por satélite ao uso da internet (*Skype*) para entrevistar personalidades, a CNN se vende como uma rede que chega a qualquer lugar, independentemente de condicionantes adversos.<sup>245</sup>

Com equipes enxutas, flexíveis e descentralizadas, reproduzindo um modelo de empresa que Castells (2005a, p. 222), define como “horizontal” a CNN apostou na imagem de uma rede dinâmica em todos os sentidos. A Newssource, por conseguinte, beneficia-se dessa trajetória organizacional.

Ingrid Volkmer (1999) perguntou, em 1991, como 12 emissoras europeias que participavam do consórcio EBU avaliavam as operações diárias da CNN. A maioria dos canais via a rede como um instrumento crucial para acompanhar eventos ao vivo e ter uma noção da hierarquia das notícias, corroborando com a ideia de formular o *agenda-setting* global. No entanto, em dias “normais”, sem grandes notícias, os pacotes da EBU se superavam na abrangência de temas e regiões.

---

<sup>244</sup> Não impede, por exemplo, que a CNN compre, em separado, imagens exclusivas da Reuters acerca de determinadas situações, como nos protestos do Egito, em janeiro de 2011, quando o escritório da Reuters TV, por tradição desde os tempos do cartel das agências, tinha acesso mais rápido às notícias da região, zona de interesse do império britânico.

<sup>245</sup> Squirra (1995) atribui, por exemplo, o sucesso da cobertura da CNN no Iraque, na primeira guerra do Golfo, a equipamentos compactos de transmissão possíveis de serem transportados como uma bagagem. Além do transmissor, as câmeras Hi-8 se revelaram extremamente importantes em vários eventos, como os conflitos na Praça da Paz Celestial, em Pequim.

Na cobertura do terremoto do Haiti, um dos objetos de análise desta tese, a CNN se orgulhou em divulgar alguns números: em menos de 24 horas, antes mesmo dos militares e das organizações de ajuda emergencial, a CNN já tinha oito equipes trabalhando em Porto Príncipe. Na primeira semana após o terremoto, 71 profissionais da emissora, divididos em 11 equipes, se revezavam dia e noite, em meio às dificuldades logísticas e humanitárias.<sup>246</sup>

A APTN teve aproximadamente 10 câmeras deslocadas para o Haiti, dois coordenadores e dois produtores, além do pessoal encarregado das funções técnicas,<sup>247</sup> empreendendo recursos semelhantes. Todavia, os *feeds* da Newsource passaram a ser exibidos na íntegra, inclusive com a presença de repórteres americanos que “flagraram” situações dramáticas.

No tabuleiro de xadrez do telejornalismo internacional, a agência da CNN se diferenciou justamente por apelar para relatos testemunhais, quando o ineditismo da imagem supera qualquer restrição editorial. Enquanto a APTN e a Reuters TV mantiveram a aura de neutralidade e assepsia de suas reportagens, emissoras-clientes mostravam “os bravos heróis” da CNN salvando vidas e exortando impressões pessoais sobre o horror haitiano.<sup>248</sup> A CNN glorificou o seu *staff*, por meio de suas emissoras-clientes estrangeiras, expondo a fragilidade das televisões regionais, que enviaram equipes reduzidas ao Haiti. Mandou, na nossa percepção, um recado não subliminar à indústria: a “excepcionalidade” para descortinar a janela do mundo não é mais atributo da APTN e da Reuters TV.

Representante de uma ruptura muito mais simbólica e política nessa ecologia informacional televisiva, a rede Al-Jazeera, financiada pelo governo do Catar, ganhou fama cinco anos depois do seu lançamento, ao divulgar imagens exclusivas do terrorista Osama Bin Laden, logo após os atentados de setembro de 2001, nos Estados Unidos. A rede estatal tem provocado reações radicais, de pontos extremos. Suas instalações já foram bombardeadas no Afeganistão e em Sarajevo. Em Ramallah, na Cisjordânia, foi acusada de defender uma agenda sionista. Em 1998, a Al-Jazeera foi obrigada a fechar sua base em Amã, quando o governo jordaniano considerou ofensivo um documentário exibido no Oriente Médio (SAKR,

---

<sup>246</sup> Informações cedidas pela direção da Newsource. O impacto global dessa cobertura garantiu à CNN o Ninfa de Ouro, prêmio internacional no Festival de Televisão de Monte Carlo, batendo concorrentes como BBC, Sky News, France 24 e Russia Today.

<sup>247</sup> Informações fornecidas por e-mail à autora por Caro Kriel, gerente-geral de apuração da APTN.

<sup>248</sup> Particularmente no dia 15 de janeiro de 2010, quando várias emissoras e portais, como a TV Globo a rede portuguesa RTP, além do jornal *Los Angeles Times*, exibiram as cenas do “médico-repórter” Sanjay Gupta fazendo uma cirurgia num bebê recém-nascido, e vítima do terremoto no Haiti, ao mesmo tempo em que o repórter Ivan Watson aparecia transtornado depois do resgate de uma adolescente que faleceu no mesmo dia. A cobertura incluía estrelas de Hollywood como o ator Sean Penn, que concedia entrevistas exclusivas, reproduzidas por meio da Newsource. As agências também retransmitiram alguns flagrantes de repórteres de outras emissoras.

2004). Em 2010, a rede foi processada por um grupo de israelenses, supostamente por ter colaborado com o grupo islâmico xiita Hezbollah, espécie de exército de sombras, um governo quase paralelo radicado no sul do Líbano.

É impressionante o alcance da Al-Jazeera, que está presente em 100 países – sendo que 65 sucursais foram instaladas no “eixo Sul”, para equilibrar o fluxo informacional, dando voz aos árabes e harmonizando suas centenas de dialetos, além de exortar a participação de milhares de muçulmanos excluídos dos países pobres.<sup>249</sup> Atacada pelo mundo árabe e ocidental, a Al-Jazeera é também criticada pela constituição de sua propriedade, sujeita às pressões do Emir, que teria interesses na venda de petróleo e gás para o mundo.

A Al-Jazeera formou sua equipe com ex-profissionais de agências de notícias, da CNN e, principalmente, da BBC, referência de um jornalismo mais “imparcial e justo”, disse-nos Yosri Fouda, representante da rede árabe em Londres:

Nosso *staff* foi constituído com um *background* múltiplo. Temos uma força de trabalho que mistura pessoas vindas de zonas rurais, tribais e até metrópoles. Religiosos, conservadores, esquerdistas, ateus, ocidentais e orientais. A história irá nos julgar e daqui a alguns anos vão reconhecer a importância da nossa presença, a razão de termos divulgado o famoso vídeo de Bin Laden, porque não saímos do Afeganistão quando a guerra já não mais produzia manchetes mundiais... As agências do Ocidente agora nos enxergam com menos preconceito, porque sabem que é saudável divulgar outra perspectiva, e que a internet não poderá censurar os fatos, não esconderá invasões cruéis e suicidas.<sup>250</sup>

Se já há um reconhecimento por parte dos estudiosos da mídia sobre os efeitos CNN e Fox (CUSHION, 2010), a quebra do monopólio das redes ocidentais também revelou uma esfera pública árabe:

A mídia não é apenas uma só “mídia”. As novas mídias têm atraído uma audiência nunca antes esperada, e, como conseqüência, têm tido um impacto sem precedentes na política internacional. As mídias podem ser armas de conflitos e instrumentos de paz; podem tornar irrelevantes fronteiras tradicionais e unir pessoas dispersas pelo mundo. Este fenômeno, o efeito Al-Jazeera, está remodelando o mundo (SEIB, 2008, p. xii).<sup>251</sup>

Philip Seib (2008) avalia que a televisão por satélite catariana não somente incentivou a multiplicação de canais segmentados ligados ao Islã (Al-Manar, do Hezbollah; e Al-Aqsa, do

<sup>249</sup> Cf. <<http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>>. Acesso em: 13 jan. 2011.

<sup>250</sup> Em entrevista à autora, em Londres, em janeiro de 2002, durante a elaboração do documentário *The propaganda Weapon*, dirigida pela mesma. Cf. <[www.mediarats.com/propaganda](http://www.mediarats.com/propaganda)>. Acesso em: 12 fev. 2007.

<sup>251</sup> “The media are no longer just the media. They have a larger popular base than ever before and, as a result, have unprecedented impact on international politics. The media can be tools of conflict and instruments of peace; they can make traditional borders irrelevant and unify people scattered across the globe. This phenomenon, the Al Jazeera effect, is reshaping the world.”

grupo palestino Hamas), como também ajudou a dar credibilidade a redes abertas do Oriente Médio (a TV dos Emirados Árabes, a Al-Arabiya) e chamou atenção para as agendas anticoloniais, como a Telesur, da Venezuela, que semanalmente distribui os discursos de Hugo Chávez acusando os Estados Unidos de admoestar países alhures. A Al-Jazeera virou um autêntico símbolo de como as demarcações impostas pelas superpotências, de como as notícias priorizadas pelas mídias ocidentais, podem perder efeito no mundo multipolar, onde o conhecimento já não é mais privilégio de um suposto Primeiro Mundo (KHANNA, 2008).

A influência da Al-Jazeera perpassa as velhas mídias e inspira movimentos de um jornalismo cidadão, manifestado por meio de espaços alternativos na blogosfera (OhmyNews, ItalkNews, Global Voices etc). Um blog veiculado exclusivamente pela internet, o americano *Huffington Post*, basicamente alimentado por conteúdo dos formadores de opiniões do centro e da esquerda americana, reflete também um duplo efeito da consolidação do efeito Al-Jazeera.<sup>252</sup> Ao mesmo tempo em que se utiliza da versão em inglês da TV catariana (Al-Jazeera Internacional, lançada em 2006) como fonte de reportagens em detrimento das agências, passou a denunciar a censura imposta à Al-Jazeera em algumas regiões dos Estados Unidos, notadamente as que acusam a rede árabe de mensagens antiamericanas e antisemitas.

É frustrante perceber que, mesmo nas novas pesquisas sobre a rede Al-Jazeera (SAMUEL-AZRAN, 2010), a televisão pan-árabe continua sendo pensada apenas como um ícone de superação das mídias tradicionais, “uma religação do sistema neural do mundo” (SEIB, 2008, p.175).<sup>253</sup> O discurso da Al-Jazeera já foi inclusive comparado com outros incorporados pelas redes ocidentais (CNN e BBC), durante a invasão ao Iraque (BARKHO, 2006). No entanto, até o momento desta tese, não se conhece uma articulação de seu conteúdo com aquele disparado todos os dias pelas agências.

Sabe-se, de antemão, que a presença da Al-Jazeera no Iraque, em 2003, mostrando incoerências e vítimas invisíveis de uma guerra pretensamente “cirúrgica”, despertou gigantes adormecidos e uma infinidade de coberturas paralelas na blogosfera. Se não ameaçou o prestígio de veículos influentes, a rede abriu a velha ferida do antiamericanismo. Em 2004, o jornal *The New York Times* admitiu ter errado na avaliação da operação militar no Iraque, baseando-se em fontes pró-americanas e não confiáveis, sem o rigor de apuração que tanto

---

<sup>252</sup> Cf. < [http://www.huffingtonpost.com/2011/01/30/al-jazeera-english-us\\_n\\_816030.html](http://www.huffingtonpost.com/2011/01/30/al-jazeera-english-us_n_816030.html)>. Em fevereiro de 2011, o blog foi vendido para o conglomerado AOL, embora tenha se comprometido a continuar oferecendo um olhar paralelo sobre assuntos cobertos pela mídia tradicional.

<sup>253</sup> “A rewiring of the world’s neural system.”

consagrou seu *staff*, publicando dados improcedentes e negligenciando informações fornecidas por pessoas não ligadas às autoridades.<sup>254</sup>

Em janeiro de 2011, durante os levantes populares contra as ditaduras árabes, a Al-Jazeera novamente projetou-se no cenário internacional com imagens inéditas e exclusivas, apesar de nunca ter tido autorização para montar uma base na Tunísia. O ex-ditador tunisiano Ben Ali não permitiu a abertura de uma sucursal da emissora naquele país, sob pretexto de que a tevê do Catar incitaria a oposição. Para driblar a censura e dificuldades logísticas, a TV catariana divulgou mais de 100 vídeos captados por celulares na Tunísia, independentemente da péssima qualidade técnica, esses recebidos por meio das redes sociais na internet, que acabaram inspirando ativistas de outros países a repetir o gesto.<sup>255</sup> Também alugou telefones de satélites para que as manifestações na Praça Tahrir, no centro do Cairo, pudessem ser transmitidas, a despeito de o governo de Hosni Mubarak ter detido repórteres, confiscado câmeras e tirado do ar o sinal da emissora pelo Nilsat, satélite controlado pelo Egito.

O diretor-geral da rede, Wadah Khanfar, diz que, após 15 anos contestando a liberdade de informação e o controle por parte dos governos árabes, a Al-Jazeera pagou um preço alto: seus funcionários foram torturados e assassinados, ao mesmo tempo em que vídeos amadores continuam registrando aquilo que as câmeras de televisão não conseguem alcançar: “O mais importante é a aliança que surgiu entre a mídia livre convencional e as novas mídias. Por meio de intrépidas redes sociais, imagens dos levantes na Tunísia e no Egito foram transmitidas de aldeias locais para nossa audiência mundial de mais de 200 milhões de pessoas” (KHANFAR, 2011).

A Al-Jazeera, assim como a BBC World, ainda não negocia seus vídeos em termos similares aos da CNN Newsource, todavia, instalou representações em “pontos não centrais” do globo, como o Brasil.<sup>256</sup> Ao escolher Kuala Lumpur, na Malásia, como um de seus mais promissores elos de distribuição, a empresa finca sua marca no mercado asiático e entra para a história com a experiência de promover um movimento de contrafluxo, não necessariamente imparcial, independente, ou “neutro”. A própria constituição de propriedade da Al-Jazeera

---

<sup>254</sup> Cf. <<http://www.guardian.co.uk/media/2004/may/26/pressandpublishing.usnews>>.

<sup>255</sup> Cf. <[http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2011/01/19/al-jazeera-a-la-pointe-de-la-couverture-de-la-revolution-tunisienne\\_1467521\\_3218.html](http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2011/01/19/al-jazeera-a-la-pointe-de-la-couverture-de-la-revolution-tunisienne_1467521_3218.html)>. Acesso em: 19 jan. 2011.

<sup>256</sup> Gabriel Elizondo é, no momento de redação da tese, o correspondente no Brasil da Al-Jazeera. Ele é americano e desde 2007 cobre o país em São Paulo, onde o escritório da empresa é também sua casa. Lucia Newman é a responsável pela Al-Jazeera na América Latina e durante anos trabalhou como correspondente para a CNN. Durante a cobertura da invasão aos morros cariocas, outras repórteres se somaram ao grupo, como Teresa Bo e Mônica Villamizar, ambas com passagens por emissoras latino-americanas. A Al-Jazeera estaria negociando para ser transmitida no Brasil via operadora de TV paga ou via sintonização, se o consumidor tiver uma antena parabólica, no satélite Intersat 9. As transmissões podem ser acompanhadas através da internet, tanto em árabe como em inglês.

deixa dúvidas: a emissora não depende de acionistas, não é uma rede pública, se diz não subordinada às ordens do governo, embora o Catar venha subsidiando por anos suas instalações através de empréstimos milionários com juros a perder de vista (SAKR, 2004)<sup>257</sup>.

É nesse campo minado – de onde ainda se reivindica mais equilíbrio na mídia – que as agências aqui investigadas tentam renovar, diariamente, dois importantes dispositivos de seu capital simbólico: isenção e credibilidade. Ao longo de toda esta tese vem sendo ressaltado que um dos trunfos da Reuters TV e da APTN é a multiplicidade de vozes no produto que fabricam. No capítulo que se segue, procura-se mostrar que essa estratégia política e econômica está sujeita aos efeitos de mirada: dependendo de onde se olha, pode não fazer sentido.

---

<sup>257</sup> Durante a cobertura da invasão ocidental à Líbia, aprovada pela ONU, a Al-Jazeera também foi criticada por ter apresentado em maior volume os vídeos fornecidos por rebeldes.

## CAPÍTULO V

### VALORES: APTN E REUTERS TV FILTRAM O MUNDO

Na observação da morfologia comercial e organizacional das agências APTN e Reuters TV, foram identificados os países e as regiões prioritariamente divulgados pelas empresas. Neste capítulo, consta a etapa final da pesquisa, apresentando-se resultados obtidos com as análises do conteúdo enviado pelas agências às emissoras de televisão. Para tanto, inicialmente são abordados de forma breve os critérios clássicos de noticiabilidade. Embora não se pretenda cumprir uma longa revisão histórica dos exames teóricos sobre esses padrões, visa-se compreendê-los como pré-requisito fundamental para discutir as inferências aqui postuladas.

#### 5.1 O processo de escolha das notícias

*[...] O erro maior e mais comum é o de não saber sair do próprio ambiente cultural, e medir o exterior com um metro que não lhe é próprio: não ver as diferenças sob as diferenças iguais, e não ver a identidade sob as diversas aparências.<sup>258</sup>*

O campo empírico no qual foi investigado o processo de seleção de notícias situa-se na sede das agências APTN e Reuters TV, em Londres (dois dias de novembro de 2008), e em suas sucursais no Rio de Janeiro (dois dias em abril de 2010), quando diretores das redações e os jornalistas a eles subordinados foram entrevistados em suas rotinas produtivas (*newsmaking*). O termo *newsmaking* é largamente utilizado no campo da Comunicação desde que pesquisadores pioneiros como Gaye Tuchman (1978) mostraram como as empresas midiáticas criavam estratégias de padronização do trabalho, nos moldes de uma linha de montagem. Alfredo Vizeu (2000) recorda que o período de observação do *newsmaking* varia de quatro dias a dez anos.

Ao acompanhar a divisão de tarefas e as reuniões sistemáticas das agências, a autora observou a fragmentação das funções dos jornalistas e também os procedimentos adotados até que uma ocorrência local se transforme numa reportagem de caráter global, a ser distribuída às emissoras de televisão. Essa foi uma estratégia metodológica que se assemelha a outras

---

<sup>258</sup> Antonio Gramsci (1989, p. 198).

empreendidas por pesquisadores brasileiros (FONSECA, 2005; PEREIRA, 2007) e pelos poucos acadêmicos que conheceram a fundo o trabalho das maiores agências globais (BOYD-BARRETT, 1980; COHEN *et al.*, 1996; PATERSON, 1998).

O valor-notícia (*newsworthiness*) vem sendo alvo de centenas de estudos que se repetem ano a ano, e que aqui não cabe exaurir, pois as contribuições dadas pelo português Nelson Traquina (2005) em *Teorias do Jornalismo* e pelo italiano Mauro Wolf (2003) em *Teorias das Comunicações de Massa* parecem ter dado conta dessas sistematizações. No entanto, vale ressaltar que esses dois livros são obras concluídas numa era “pré-webjornalismo”, sem o acirramento das tensões advindas com o jornalismo *online*, cujo repositório para notícias é infinito, em contraste com as limitações espaciais presentes nos meios físicos, como os telejornais e jornais, que naturalmente impõem mais restrições às notícias.

Por tradição, os pontos de vista de Johan Galtung e Mari H. Ruge (1970) são considerados um marco na tentativa de inferir o que de fato pesa na hora de selecionar um acontecimento. Os dois escolheram quatro jornais noruegueses para relacionar o que se publicava no noticiário internacional. Utilizando-se da análise de conteúdo como método, dividiram o mundo em 160 nações, que foram posteriormente encaixadas dentro de duas grandes classificações: *topdog* (grupo da elite) e *underdog* (as subdesenvolvidas e ex-colônias). Concluíram que eram 12 os fatores determinantes para alçar um fato à categoria de notícia: frequência do acontecimento; amplitude do evento; clareza ou ausência de ambiguidade; significância; consonância com outros eventos; imprevisibilidade; continuidade do que já era notícia; necessidade de composição para a diversidade do noticiário; preferência de ouvir pessoas; assuntos negativos; referência a nações de elite; proeminência de atores sociais da elite (GALTUNG; RUGE, 1970, p. 259-265).

É interessante perceber que um estudo conduzido quase quatro décadas depois por Maija Stenvall (2008) constatou poucas mudanças em relação a esses padrões editoriais postulados por Galtung e Ruge. Por meio de uma emissora de televisão da Finlândia, Stevall teve acesso a todos os itens “brutos” (sem edição e antes de serem publicados na imprensa) encaminhados pela Reuters, AP e AFP entre 2002 e 2007. Nesse *corpus* monumental (8.000 páginas contendo aproximadamente quatro milhões de palavras), percebeu que, entre 70% e 80% dos despachos, as fontes ouvidas pelas agências eram oficiais, geralmente vinculadas à elite de seus países (militar, política, cultural e financeira).

Herbert Gans (1979) avaliou veículos de prestígio dos Estados Unidos, no final da década de 1970, elucidando como itens noticiosos que ressaltavam o etnocentrismo e

exemplos de democracia pareciam prevalecer, assim como aqueles prospectados com o mínimo emprego de tempo e dinheiro. Na década seguinte, Edward Herman e Noam Chomsky (2003) teorizaram sobre as variáveis fundamentais para que um fato internacional ganhasse destaque na imprensa americana. Estabeleceram cinco filtros estruturais tributados ao processo de escolha de notícias, entre eles, aqueles divulgados por fontes do sistema de sustentação capitalista (governos, forças armadas, empresários) e os itens claramente anticomunistas.

Datados ou simplesmente descredenciados, alguns referenciais foram pouco a pouco sendo usados apenas como um ponto de partida. Wolf (2003) afirma que são falhos os dispositivos muito rígidos que não avaliam as negociações em torno dos complexos processos de produção de notícia. Essas linhas-guias serviriam apenas de parâmetro do que deve normalmente ser ressaltado ou omitido.

Inspirado no trabalho de Wolf, Traquina (2005) listou uma grande variedade de elementos sobre critérios de noticiabilidade e os subdividiu em **três** categorias: valores-notícia de *seleção*, valores-notícia de *construção* e valores-notícia de *organização jornalística*. Como etapa primária, destrinchou o critério de *seleção* em **dois fatores**. Os *substantivos* seriam os itens que envolvessem os seguintes temas: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, infração e escândalo. Os *contextuais* dependeriam de unidades circunstanciais: disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso (mega-acontecimento).

Duas visões recentes sobre quais assuntos são considerados notícia confluem sobre o que é compartilhado atualmente nas cadeias informacionais. A primeira, de Pamela Shoemaker e Akiba Cohen (2006), recupera a tradição da pesquisa das análises de conteúdo, por meio de um ambicioso projeto envolvendo 10 países e 60 grupos midiáticos. Ouvindo também 80 grupos focais (formados por jornalistas, relações públicas e telespectadores/leitores), os dois autores avaliaram mais de 30 mil notícias, concluindo, primeiramente, que o critério de seleção variava conforme o meio utilizado (jornal, rádio ou revista).

Há, na concepção dos dois autores, dois indícios claros para escolher uma notícia: ganham prioridade aquelas que representam qualquer desvio (*deviance*) de conduta normativa (sejam elas leis do país ou parâmetros sociais) e as que têm significância *social* (*social significance*). O que define basicamente o noticiário é a intensidade da relação entre o *desvio* (seja ele estatístico ou social) e as alterações em qualquer *campo social* a ele averbado (econômico, político, cultural e público).

A segunda visão, assinada por Simon Cottle (2009), não caiu na tentação das generalizações e contagens numéricas, apresentando uma contribuição ao tema de forma original ao relatar como as crises globais são reportadas. Com um recorte mais fechado, o professor da Universidade de Cardiff estabeleceu oito zonas como maiores tendências de abordagem do Jornalismo, por corresponderem a assuntos que refletem os maiores riscos e medos globais: o planeta em perigo (aquecimento global); a guerra ao terror; a migração em massa; as pandemias; os desastres ambientais; a pobreza e a mobilização social; os direitos humanos; e as crises financeiras.

É importante mencionar também os parâmetros adotados pelos dirigentes e funcionários das agências de notícia. Os correspondentes se preocupam em quebrar protocolos e estereótipos, ainda que, no dia a dia, acabem replicando o critério de seleção já estabelecido por outras mídias tradicionais (em geral, grandes veículos de imprensa regionais, como a TV Globo e a TV Record), dando continuidade à padronização e criando um efeito cascata de filtragem.

Na sucursal da Reuters TV, no Rio de Janeiro, às 10h da manhã (horário de Brasília), quando participa diariamente de uma teleconferência com os outros produtores da região, a jornalista Leandra Camera tenta “vender” algo que geralmente interessa aos mais importantes clientes das agências. Ao mesmo tempo, oferece uma reportagem menos presumida e óbvia sobre o Brasil, embora não consiga escapar das perspectivas editoriais da agência:

Fizemos a história das fitinhas vendidas nos camelôs do Rio que, através da cor, sinalizam o que as garotas querem com os meninos, como beijar, ficar ou ter um relacionamento sexual. Se fosse uma ideia que tivesse virado um sucesso entre os adolescentes de Nova York, seria uma pauta também aceita.<sup>259</sup>

Na opinião de Nigel Baker, diretor da APTN, os pontos fundamentais para transformar uma ocorrência numa reportagem são estes:

- 1) *A demanda do dia*: São os acontecimentos não previstos, como atentados, acidentes de avião ou mesmo temas historicamente cobertos, como o conflito árabe-israelense. Durante o terremoto do Haiti, como havia um claro envolvimento de latino-americanos e brasileiros, o escritório da APTN no Rio de Janeiro ficou encarregado de produzir 11 reportagens entre 13 e 21 de janeiro de 2010 somente sobre assuntos relacionados à tragédia, abrindo mão de qualquer outro tema;

---

<sup>259</sup> Em entrevista à autora no Rio de Janeiro, em 29 de abril de 2010.

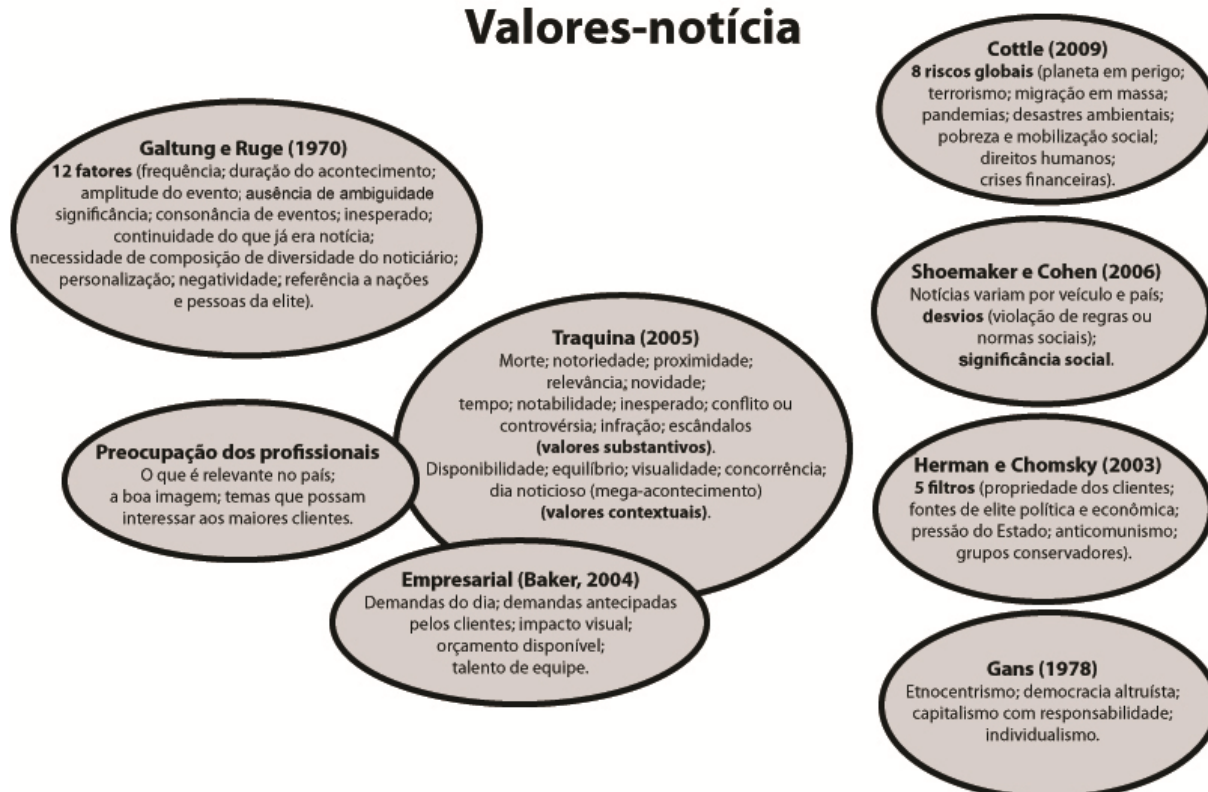
- 2) *A demanda antecipada dos clientes:* São aquelas histórias que interessam aos maiores mercados (Estados Unidos, Alemanha e Japão). As agências estão mais inclinadas a cobrir um encontro diplomático na Ásia comandado por um líder político de Taiwan do que da Lituânia;
- 3) *O impacto visual da reportagem:* mesmo em países não cobertos no âmbito prioritário das agências, ou seja, fora de uma proximidade geográfica de seus maiores clientes, se a imagem for boa, provavelmente será objeto de atenção das agências. A imagem de circuito interno de uma mãe que consegue salvar a filha que caiu no trilho do metrô pode se transformar no maior produto utilizado pela rede de assinantes;
- 4) *O orçamento atual das agências:* A cobertura gigantesca do terremoto no Haiti, por exemplo, significou o corte dos recursos aplicados na região do Caribe e América Latina, pois os mesmos tiveram que ser alocados em despesas não previstas de deslocamentos de equipes. Em outras palavras, se o assunto oferecido pela sucursal demandar um gasto grande, naturalmente diminuirá suas chances de virar um produto a ser distribuído na rede de clientes da agência;
- 5) *A capacidade individual dos funcionários/equipe:* Quem se esforça pela melhor imagem tem mais chance de emplacar o acontecimento. Porém, em zonas de guerra, as agências cada vez mais temem pela vida dos profissionais.<sup>260</sup> De qualquer forma, o recurso humano empreendido no assunto é sempre levado em conta (BAKER, 2004).

A figura abaixo reproduz a visão geral das assertivas descritas até agora sobre o valor-notícia:

---

<sup>260</sup> O repórter cinematográfico espanhol Miguel Gil Moreno de Mora, da APTN, e o correspondente americano da Reuters Kurt Schork foram mortos numa emboscada armada por guerrilheiros em Serra Leoa, em 2000 (BAKER, 2004). A morte brutal de Schork acabou provocando a criação de uma fundação que anualmente doa US\$ 5.000 a dois jornalistas *free-lancers* em áreas de conflito. Cf. <<http://www.ksmfund.org/>>. Acesso em: 20 jan. 2011.

## Critérios de noticiabilidade Valores-notícia



**Figura 40** Quadro teórico dos critérios de noticiabilidade

Um organograma subsequente, preparado por John Clare (1997), tenta representar como funciona o processo de escolha na então APTV, atual APTN. Quando um fato ocorre, é primeiramente colocado em discussão em torno de três variáveis assentadas no que Clare chama de “nível um”. Nessa etapa se avalia até que ponto a notícia é inusitada/incomum; em que medida tem relevância, ou causa interesse do público; e se a imagem tem qualidade.

No nível dois situam-se as questões de ordem operacional/logística: a forma como se dará o acesso material ao local do ocorrido; a tecnologia a ser empregada na transmissão (se envolverá geração por satélite em vez de internet); o aporte financeiro a ser investido (quando não há uma sucursal no local ou emissora na qual se possa ceder a imagem sem custos); e o tempo demandado para distribuir a notícia.

No nível três, leva-se em conta se o tema da reportagem já não está sendo exaustivamente abordado em outras regiões. Se o Brasil oferecer, por exemplo, uma reportagem sobre as campanhas de solidariedade para as vítimas de um terremoto no Chile, talvez encontre resistência de aceitação pelo subscritório regional, em Washington, que provavelmente já terá recebido muitas ofertas semelhantes de outras sucursais (da Argentina,

de países da América Central ou dos Estados Unidos). O mosaico de temas sempre foi o grande diferencial das agências. A cobertura é pensada, portanto, dentro de um conjunto de pressupostos mais amplos. Se já existe um investimento muito alto em torno dos protestos do Egito, o número de cinegrafistas contratados temporariamente tende a diminuir na Tunísia, que enfrenta similar crise política.

A figura proposta por Clare (1997)<sup>261</sup> sofreu adaptações a partir da passagem da autora pelas duas redações das agências em Londres e no Rio de Janeiro. Foi incluída outra variável no nível três: a exposição do mesmo acontecimento nos canais de alcance internacional, como CNN e BBC, e nas redes sociais da internet, que, na visão das agências, sinalizam tendências e interesses de consumidores. No último nível, finalmente se aceita prosseguir na difusão do evento, considerando as expectativas e pressões dos maiores clientes das agências telejornalísticas, presente em todas as etapas de avaliação. Como detalhado no capítulo anterior, são aquelas emissoras instaladas nos mercados da Ásia, Europa Ocidental e Estados Unidos, e, claro, as maiores parceiras da APTN e da Reuters TV (ABC, NBC, ITV, Sky).

---

<sup>261</sup> Foram usadas algumas palavras e dinâmicas em função da internet e dos termos usados em português. Cf. “Como um evento se torna notícia?”, de John Clare (1997, p. 34).

## Modelo de produção de notícias das agências

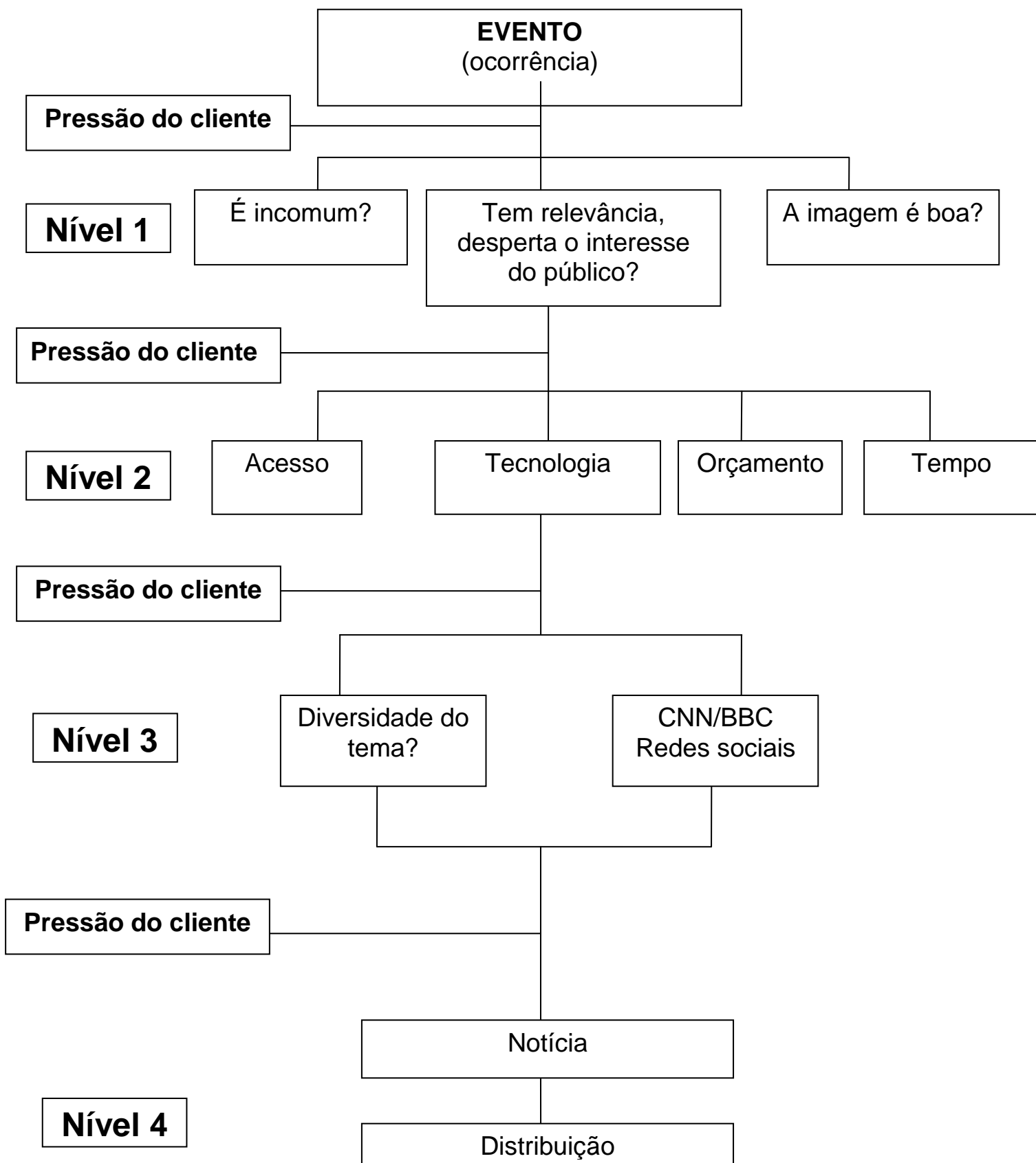


Figura 41 Processo de escolha de ocorrência em notícia

## 5.2 Três análises de conteúdo

### 5.2.1 Um dia “sem notícia”

Geralmente, as agências telejornalísticas consideram que um dia “normal” tem, de fato, de três a cinco reportagens creditadas como “globais”, aquelas que vão interessar à maior parte dos cerca de 500 clientes que costumam manter os contratos com regularidade (BAKER, 2004). O restante do cardápio é composto por eventos e pautas burocráticas, que acabam nutrindo o noticiário em dias sem imagens impactantes. A primeira amostra estratificada não aleatória deste estudo foi feita, portanto, com base nesse tipo de parâmetro, ou seja, a partir de um dia sem uma grande notícia, sem algo tão marcante.

Foram separados 84 roteiros de reportagens (*scripts*), transmitidos pela Reuters TV e APTN às emissoras-assinantes de seus serviços no dia 19 de novembro de 2009, uma quinta-feira. Uma ressalva importante é que o recorte incluído nesta análise faz parte do contrato básico das agências com seus clientes: são aqueles boletins que se ocupam das notícias factualizadas, chamados no jargão jornalístico de *hard news*, acontecimentos não ligados ao entretenimento, ao comportamento ou à tecnologia (*fait-divers* e *features*).

No caso da APTN, foram incluídas apenas as reportagens inseridas nos seguintes boletins: Australia/New Zealand, Europe, North America, Latin America, Americas, Asia Pacific, Europe/Middle East. Ficaram fora aqueles encaixados nos boletins nomeados como Horizons, Technology, Entertainment Now, World Business, Earth TV, UN Feed, Entertainment Daily News, Celebrity Extra, China Mofa Briefing, ABC Overrun Window, Middle East Service, SNTV Asia Extra/Europe/Middle East/Asia Pacific Late, Vatican Magazine, World Sports e ABC World News. Da Reuters TV, incluíram-se World, Europe, America, Latin e Asia, sendo excluídos os mais especializados (Life, Africa, Showbusiness, Germany, Financial e Evo).

Alguns procedimentos foram definidos no momento da coleta de dados. Um volume noticioso gigantesco não necessariamente implica uma multiplicidade de assuntos cobertos pelas agências. Até mesmo pela lógica de produção e constante atualização do noticiário, entre as 200 e 300 histórias enviadas por dia, há muita reciclagem e repetição. Stenvall (2008) lembra que, quando avaliou os dias com fatos históricos importantes difundidos por três agências (AP, AFP e Reuters), cerca de 40 reportagens eram sobre o mesmo acontecimento em vários desdobramentos (um atentado terrorista ou um grande desastre).

No primeiro recorte proposto aqui, todas as repetições foram descartadas para evitar contaminação da amostra. Isso porque, no dia 19 de novembro, já havia dois temas políticos circunscritos à diplomacia americana: a primeira visita de Barack Obama como presidente à Coreia do Sul e a reeleição do presidente afegão Hamid Kazai. Dessa forma, a viagem do presidente americano rendeu mais de 10 versões, e a posse do presidente Karzai foi divulgada por meio de várias abordagens, com diferentes imagens e entrevistados. As versões distintas sobre o mesmo tema foram então desprezadas e cada assunto virou um item isolado. As reportagens cobertas pelas duas agências foram identificadas com um asterisco:

### **REUTERS TV:**

- 1) **Ucrânia/Putin/Coletiva/Tymoshenko.** Premiê da Rússia quer que o acordo com a Ucrânia seja fechado até o fim do ano para evitar desabastecimento de gás na Europa.
- 2) **Rússia/Segurança nas estradas.** Ministros de vários países se encontram em Moscou para debater o aumento dos acidentes nas estradas.
- 3) **Sérvia/Patriarca\*.** 500 mil fiéis participam do funeral do patriarca ortodoxo.
- 4) **Cuba/Blogger Obama.** Obama elogia blogueira e dissidente cubana.
- 5) **Colômbia/Venezuela/Fronteira\*.** Governo colombiano diz que Venezuela explodiu duas pontes na fronteira entre os dois países.
- 6) **Argentina/Carlos Fuentes.** Escritor mexicano divulga seu último livro em Buenos Aires.
- 7) **Peru/Cosméticos humanos.** Polícia peruana prende grupo acusado de matar dezenas de pessoas para retirar a gordura humana e vender para a indústria de cosméticos.
- 8) **Bolívia/Candidatos.** Bolívia se prepara para eleição em dezembro. Evo Morales é o favorito.
- 9) **Estados Unidos/Viagens a Cuba.** As restrições para viajar a Cuba são debatidas nos Estados Unidos.
- 10) **Cuba/Concerto\*.** Músicos franceses, espanhóis e cubanos fazem concerto em Havana para arrecadar fundos para reconstruir escolas destruídas na última temporada de furacões.
- 11) **Argentina/Kirchner/Fortuna.** Ex-presidente argentino enfrenta a suprema corte em meio a alegações de enriquecimento ilícito.

- 12) **México/Obesidade infantil.** Especialistas mexicanos, americanos, canadenses, franceses e tchecos discutem obesidade infantil, um problema em crescimento no México.
- 13) **Argentina/Antiguidade.** Com a ajuda da Interpol, polícia argentina localiza vendedor de peças arqueológicas estimadas em mais de 400 milhões de dólares, que eram vendidas ilegalmente para museus e colecionadores europeus.
- 14) **Brasil/Battisti\*.** Depois da decisão da suprema corte, Lula dará palavra final sobre líder de extrema esquerda italiano.
- 15) **Peru/Chile/Espião.** Congresso peruano vota repúdio ao Chile, que acusou governo peruano de espionagem.
- 16) **Cuba/Jogo.** Amistoso entre jogadores mais velhos de futebol de Cuba e dos Estados Unidos ajuda a aproximar os dois países.
- 17) **Filipinas/Irã/Coletiva\*.** Em visita a Manila, ministro das Relações Exteriores do Irã rejeita a possibilidade de novas sanções da ONU depois que não fechou acordo sobre produção de enriquecimento de Urânio.
- 18) **Afeganistão/Posse/Karzai\*.** Clinton participa da cerimônia de posse de Karzai em seu segundo mandato e oposição ao governo afegão diz que não participará do novo gabinete de governo.
- 19) **China/Coreia do Norte\*.** 15 marinheiros norte-coreanos morreram depois que navio afundou na costa chinesa.
- 20) **China/Arquivo/Panda/Diplomacia.** Pandas que vivem na China e serão doados à Austrália para pesquisas estão prontos para a viagem e exercem função quase diplomática para aliviar tensões entre os dois países.
- 21) **Coreia do Sul/Obama\*.** Viagem de Obama à Coreia do Sul. Protestos e apelos à Coreia do Norte para parar de “provocar” o Ocidente. Visita às tropas americanas no país.
- 22) **Bangladesh/Arquivo/Julgamento\*.** Segurança reforçada na suprema corte do país, que deve decidir hoje se mantém a pena de morte dos cinco homens que mataram o Sheik.
- 23) **Tailândia/Garoto/preso.** Menino de oito anos fica preso na parede de uma escola.
- 24) **Paquistão/Ataque\*.** Dois ataques terroristas causam muitas vítimas no noroeste do Paquistão.
- 25) **Malásia/Maxis Ipo/Bolsa.** Ações disparam na bolsa da Malásia, com o retorno ao mercado da empresa de celular privatizada.

- 26) **China/Coletiva/Ministro das Relações Exteriores.** Diplomata chinês comenta sobre a atitude do Ocidente diante da Coreia do Norte e rebate acusações de suborno em torno de uma empresa estatal chinesa que atua no Afeganistão.
- 27) **África do Sul/Semenya.** Federação Internacional diz que atleta pode manter seu título depois da controvérsia sobre se ela era mulher.
- 28) **República Democrática do Congo/Acidente.** Aeronave pousa em pista de emergência, mas ninguém morre.
- 29) **Zimbábue/Tsvangari.** Premiê deixa o país para discutir atual crise política com Gaddafi.
- 30) **Argélia/França/Torcedores.** Torcedores argelinos celebram qualificação na Copa depois do jogo que reacendeu tensões diplomáticas entre argelinos e egípcios.
- 31) **Irã/Ahmadinejad\*.** Em discurso, o presidente iraniano diz que Ocidente precisa rever suas ações para assegurar uma boa relação com o Irã, dois dias depois da entrevista de Obama.
- 32) **Gaza/Consequências\*.** Israel ataca túneis para transporte ilegal de armas e fábrica de armas no território palestino.
- 33) **Estados Unidos/Crise/Pesca de camarões.** Crise dos produtores de camarão que não conseguem competir com concorrentes e enfrentam declínio do consumo interno.
- 34) **Estados Unidos/Gates/Guttenberg\*.** Em visita aos Estados Unidos, ministro da Defesa da Alemanha reforça seu compromisso em enviar soldados para o Afeganistão.
- 35) **Estados Unidos/Gates/Fort Hood\*.** Secretário de Defesa americano ordena abertura de inquérito sobre o ataque à base aérea dos EUA.
- 36) **Fechamento/Bolsa/EUA.** Ações de empresas de tecnologia caem em NYC.
- 37) **Nações Unidas/Coletiva/Mudanças climáticas.** Secretário-geral da ONU diz que é preciso US\$ 10 bilhões por ano para combater o aquecimento global.
- 38) **Estados Unidos/Atrasos.** Falha no sistema de monitoramento aéreo nos Estados Unidos provoca atrasos em vários Estados.
- 39) **No espaço/Caminhada espacial\*.** Astronautas fazem caminhada espacial para instalar novo equipamento na estação espacial internacional.
- 40) **Estados Unidos/Leilão.** Luxuosos condomínios vão a leilão em NYC. Em meio à crise econômica atual, leilões ficam mais comuns para estimular a venda de propriedades luxuosas.

- 41) **Estados Unidos/Lançamento/Palin.** Centenas de fãs enfrentam horas na fila em Michigan para prestigiar o livro da ex-candidata à presidência do país.
- 42) **Estados Unidos/Nome do panda.** Concurso finalmente escolhe o nome do panda nascido num zoológico de San Diego.
- 43) **Espanha/GM/Desemprego.** Diretor interino da montadora GM na Espanha diz que as fábricas no país também enfrentarão redução de empregos.
- 44) **Reino Unido/Tanques.** Grupos de motoristas criticam produtores de combustível por manterem estoque enquanto preços disparam.
- 45) **Bélgica/Foto oficial/Encontro/Candidatos\*.** Novos diplomatas ocupam postos-chave na União Europeia.
- 46) **Itália/Máfia.** Polícia italiana prende mafioso flagrado por câmeras de segurança matando um homem em Nápoles.
- 47) **Reino Unido/Enchentes\*.** Condições severas no tempo causam enchentes no norte da Inglaterra e Escócia.
- 48) **Irlanda/Copa do Mundo.** Polêmica com o apelo da liga irlandesa de futebol para cancelar partida com os franceses.

### **APTN:**

- 1) **Ataques/Gaza\*.** Força aérea israelense ataca o que diz ser uma fábrica de armas e túneis usados para contrabandos na Faixa de Gaza.
- 2) **Irã/Ahmadinejad\*.** Presidente iraniano diz que vai cooperar com o Ocidente se os Estados Unidos mudarem postura agressiva.
- 3) **Oriente Médio/Crianças.** Crianças palestinas em campos de refugiados participam de um projeto da ONU para facilitar comunicação entre crianças refugiadas pela diáspora palestina. Gravam mensagens dirigidas por um diretor inglês em projeto patrocinado por ONG inglesa.
- 4) **Incêndios/Austrália.** Bombeiros sofrem para controlar incêndio florestal.
- 5) **Austrália/Gêmeas.** Novidades sobre o caso das irmãs siamesas de Bangladesh que foram separadas numa delicada cirurgia na Austrália.
- 6) **Mundo/Futebol\*.** Comemoração, prisões e tumultos na classificação da Argélia nas eliminatórias para a Copa do Mundo.
- 7) **Pontes/Colômbia\*.** Governo colombiano acusa Venezuela de explodir duas pontes na fronteira.

- 8) **Argentina/DNA**. Senado argentino aprova lei controversa que autoriza teste de DNA para crianças sequestradas durante a ditadura.
- 9) **Artistas cubanos\***. Artistas e músicos em campanha e concertos para ajudar escolas devastadas por temporada de furacões.
- 10) **Brasil/Battisti\***. Suprema corte aprova extradição do fugitivo. Decisão final caberá a Lula.
- 11) **Sérvia/Funeral\***. Milhões se emocionam na despedida do patriarca ortodoxo.
- 12) **Posse/Karzai/Afeganistão\***. Ministro das Relações Exteriores visita tropas francesas em viagem ao Afeganistão. Clinton visita tropas americanas no país.
- 13) **Paquistão/Explosões\***. Ataques terroristas em Peshawar.
- 14) **Coreia do Sul/Obama\***. Visita de Obama à Coreia. Assuntos discutidos: comércio, fronteira com a Coreia do Norte e programa nuclear iraniano.
- 15) **Chineses/Resgate\***. Resgate de norte-coreanos na costa chinesa depois que cargueiro da Coreia do Norte afundou.
- 16) **Filipinas/Irã\***. Ministro das Relações Exteriores iraniano comenta que não desistirá de seu programa nuclear.
- 17) **Japão/Sony**. Coletiva do presidente da empresa gigante anuncia segundo ano de perdas.
- 18) **Índia/Protesto**. Sobreviventes e ativistas fazem protestos contra empresa que há 25 anos provocou grave acidente ambiental.
- 19) **China/Panda**. Panda nascido na Áustria chega a Xangai.
- 20) **Japão/China**. Ministro das Relações Exteriores na China visita colega japonês em Tóquio.
- 21) **Estados Unidos/Julgamento**. Advogado da União defende julgamento civil do mentor dos atentados de 11 de Setembro em NYC.
- 22) **Estados Unidos/Meteoro**. Estranha bola de fogo ilumina os céus de Utah.
- 23) **Estados Unidos/Acidente**. Autoridades locais de Austin investigam causa do acidente que matou duas pessoas e deixou dezenas de feridos.
- 24) **ONU/Crianças**. UNICEF divulga mais um relatório no dia em que se comemoram os vinte anos do aniversário da Cruz Vermelha.
- 25) **Estação Espacial/Caminhada\***. Equipe faz primeira caminhada para alocar novo equipamento na estação.

- 26) **Estados Unidos/Alemanha\***. Visita do secretário de Defesa da Alemanha aos EUA.
- 27) **Estados Unidos/Base aérea\***. Coletiva do secretário de Defesa sobre os novos passos da investigação sobre a base militar onde houve ataque.
- 28) **ONU/Piratas**. Estados Unidos pedem que o mundo fique em alerta contra os piratas que sequestram navios e conseguem dinheiro de resgate.
- 29) **Encontro/União Europeia\***. Eleição de novos membros e candidatos à presidência do bloco.
- 30) **França/Lançamento**. Vinho da safra 2009 Beaujolais é lançado.
- 31) **Toaletes/Alemanha**. Campanha mostra a importância de segurança sanitária em 40% do mundo.
- 32) **Itália/Mussolini**. Diários secretos da amante de Mussolini revelados.
- 33) **Itália/Dalai Lama**. Líder tibetano não critica Obama por não ter encontrado o presidente na visita que fez aos EUA.
- 34) **Vaticano/Cruz**. Relíquia contendo fragmentos de Cristo é restaurada.
- 35) **Reino Unido/Enchentes\***. Recentes enchentes no Reino Unido.
- 36) **Julgamento/Bangladesh\***. Sentença de pena de morte mantida para os soldados acusados de comandar o golpe de 1975.

A primeira leitura permite concluir que 18 das 36 reportagens (metade) da APTN apresentavam temas comuns às da Reuters TV. Na prática, as duas agências incorrem no mesmo erro tão criticado na década de 1990, época em que a APTV resolveu disputar o mercado dominado pela então Visnews e WTN, de ofertar perspectivas e imagens similares sem concorrentes.

Como se viu em momentos anteriores desta tese, é consenso dentro da indústria de comunicação eletrônica que os custos dos pacotes anuais das agências ainda são razoáveis pela ação reparadora que elas exercem na programação, sanando as dificuldades de alimentar o conteúdo dos telejornais, e pela natureza do serviço que elas proporcionam – seja ele de caráter simbólico ou social, permitindo a cobertura de assuntos onde as emissoras de televisão não têm escritório. Todavia, com as crises de audiência em decorrência da popularização de usos de espaços multimídias, o corte de gasto no telejornalismo parece uma saída recorrente. No Brasil, o SBT e a Rede TV costumam assinar os serviços de apenas uma das agências

internacionais, alternando entre a Reuters TV e a APTN.<sup>262</sup> A própria CNN, como dito anteriormente, abriu mão dos serviços da Reuters TV em 2007, alegando uma uniformidade na construção do agendamento informativo internacional e optando por preservar a milionária parceria com a APTN.

A partir das 84 reportagens analisadas foram criadas **cinco** subcategorias: regiões, países, temas, natureza da notícia e fontes utilizadas (subdivididas em informação e imagem). Claudia Boyd-Barrett e Oliver Boyd-Barrett (2010) inspiraram o modelo referencial aqui aplicado a fim de abarcar uma maior abrangência de temários e países. Nenhuma outra área do Jornalismo especializado tem articulações, conexões e variáveis tão subjetivas como a editoria internacional. De um lado, é possível “etiquetar” uma ocorrência associada a um país, mas, de outro, esse mesmo acontecimento carrega um emaranhado de interesses, tipificações e conjunturas que desmontam qualquer convenção.

Para relativizar essas ambiguidades foi preciso ler todos os *scripts* da Reuters TV e da APTN e só depois verificar quais eram as regiões cobertas, a partir de referências explícitas a outros países no texto. No encontro sobre obesidade infantil, no México, mencionaram-se várias vezes os Estados Unidos, já que o país é o primeiro na lista de população mais obesa do mundo. Dessa forma, foi creditado meio ponto para os Estados Unidos e meio ponto para o México. Dois exemplos ainda híbridos podem confundir o pesquisador e por isso o sistema de pontuação acaba projetando uma visão ampliada sobre o objeto. O escritor mexicano Carlos Fuentes comenta sobre a crise de violência no México, na fronteira com os Estados Unidos, durante o lançamento do livro dele em Buenos Aires, na Argentina. Dessa forma, Argentina, Estados Unidos e México ganharam meio ponto cada um. O segundo exemplo diz respeito a uma visita diplomática em Manila, capital das Filipinas, por uma autoridade iraniana. O evento se transformou num alerta internacional sobre a pressão ocidental ao programa nuclear iraniano. Foi creditado meio ponto às Filipinas, aos Estados Unidos, à Europa e ao Irã.

Seguindo esse raciocínio, comentários do presidente americano Obama sobre “a coragem” de uma blogueira cubana e um concerto beneficente em Havana são associados às sanções americanas à ilha comunista. Portanto, a saída para minimizar essas contradições foi a atribuir pontuações a cada uma das subcategorias aqui aferidas. Se uma história englobar mais de um país, cada nação será contemplada na pontuação. Pensando assim, o *post* de Obama no blog da ativista cubana é ao mesmo tempo uma história sobre Cuba e os Estados Unidos. O ataque a bomba em Peshawar não é necessariamente algo exclusivo sobre o Paquistão, pois o

---

<sup>262</sup> No momento de redação desta tese.

que está escrito no texto do *script* se refere especificamente às tropas americanas no país, que enfrentam dificuldade em conter a milícia talibã.

Nos territórios “físicos” não definidos pelas agências, como a Estação Espacial Internacional *in space* (no espaço), a classificação se voltou para o *lead* da reportagem, a manchete. Nesse caso, a missão da Atlantis tornou-se um item relacionado aos Estados Unidos. Há, claro, tipificações mais simples, como o incidente envolvendo um menino de oito anos cuja cabeça ficou presa num muro de uma escola em Bangkok.

Avaliando as 48 histórias separadas da agência Reuters TV, foram identificados 13.5 pontos de reportagens dentro da zona de interesse dos Estados Unidos, embora apenas 10 tivessem sido efetivamente gravadas no território americano. Os outros pontos (3.5) atrelados aos Estados Unidos são, portanto, resultado da atribuição dada aos *feeds* (reportagens) que citaram diretamente os americanos. Por exemplo, a crise Colômbia-Venezuela não é só sobre a destruição de uma ponte na fronteira entre os dois países, como demonstram os últimos parágrafos dos *scripts* “Colombia-Venezuela/Bridges”, da Reuters TV:

[...] Tensões foram elevadas entre a Colômbia, aliado americano na região, e a Venezuela, por causa do plano colombiano que permite mais acesso de militares dos Estados Unidos às bases americanas na Colômbia, como meta para conter a insurgência e os guerrilheiros de esquerda. Esta longa disputa andina no passado se limitava às farpas diplomáticas. Mas a crise atual aumentou o risco de mais violência na volátil fronteira entre os dois países. No local, circulam traficantes, guerrilheiros e criminosos. O presidente da Venezuela, Hugo Chávez, feroz crítico e adversário dos Estados Unidos, determinou o envio de mais soldados à região e avisou às forças armadas da Venezuela que se preparassem “para uma guerra” se os Estados Unidos de fato usassem as bases colombianas para invadir o país, que é membro da Organização dos Países Exportadores de Petróleo.<sup>263</sup>

Similarmente, a menção aos Estados Unidos se manifesta na reportagem nomeada “Colombia Bridges”, da APTN:

[...] A longa tensão política entre os dois países vizinhos sul-americanos tem piorado nos últimos meses, depois do possível acordo entre a Colômbia e as forças armadas dos Estados Unidos, que permitirá mais acesso aos americanos em território colombiano, acordo esse que o presidente da Venezuela, Hugo Chávez, vê como uma ameaça ao país. Autoridades colombianas e americanas dizem que o acordo é necessário na luta contra o tráfico de drogas e os rebeldes que se beneficiam do comércio ilegal.

<sup>263</sup> “Tensions are high between U.S. ally Colombian and Venezuela over a Colombian plan to allow the United States more access to its military bases as part of anti-drug and counter-insurgency cooperation against leftist guerrillas. The long-simmering Andean dispute has in the past been mostly limited to diplomatic barbs. But the current crisis is raising the risk of more violence along the volatile frontier where rebels, drug gangs and smugglers all operate. Venezuela’s President Hugo Chavez, a fierce U.S. adversary, has sent more troops to the border and told his military commanders to prepare for war because he says the U.S. plan could be used to stage an invasion of his OPEC nation.” *Script* da Reuters TV em 19 de novembro de 2009. Cf. Anexos.

Chávez, no entanto, argumenta que a presença de soldados na região pode facilitar uma ofensiva americana à Venezuela.<sup>264</sup>

A tabela a seguir expõe as regiões atendidas no escopo das agências no dia 19 de novembro de 2009. Nota-se que apenas um item foi registrado na América do Norte fora os Estados Unidos (encontro sobre obesidade no México). É notória a presença dos Estados Unidos e da Europa em detrimento dos países periféricos, e a má distribuição para assuntos relacionados à África negra e pobre. É claro que a amostra está embutida de uma unidade de contexto relativa, pois se a análise tivesse sido aplicada em 11 de fevereiro de 2011, dia em que oficialmente a revolta popular egípcia conseguiu o afastamento do tirano preferido pelas potências ocidentais, produziria um resultado diferente. No dia 24 de agosto de 2009, quando um experimento piloto foi realizado, constatou-se que duas histórias tinham dominado o dia: uma entrevista de Fidel Castro e incêndios florestais na Grécia. Na APTN, de 36 reportagens avaliadas naquela data, 14 se referiam direta ou indiretamente aos Estados Unidos, oito à Europa e 14 ao restante do mundo, especialmente a China.

<b>Países e regiões</b>	<b>Pontuação</b>
Estados Unidos/América do Norte	25.5
Europa Ocidental	23
Ásia	20.5
América do Sul	8.5
Oriente Médio	4.5
Leste Europeu/Eurásia	4.0
África	5.5
América Central e Caribe	3.5
Australásia <sup>265</sup>	2.0

**Figura 42** Regiões cobertas pela APTN e pela Reuters TV<sup>266</sup>

A forte presença da Ásia no noticiário (especialmente Afeganistão, Coreia do Sul e Paquistão) simboliza aquilo que Parag Khanna (2008) enxerga como o resultado dos confrontos entre a globalização e a geopolítica, cujos espaços geográficos hoje se desdobram

<sup>264</sup> “Long-standing tensions between the South American neighbors have worsened in recent months over Colombia’s agreement to give the United States military more access to its bases, a deal that Venezuelan President Hugo Chavez sees as a threat to Venezuela. US and Colombian officials say the agreement is necessary to help fight drug trafficking and rebels who benefit from the illegal trade. Chavez claims the deal could allow the US soldiers to launch a military offensive against Venezuela.” *Script* da APTN em 19 de novembro de 2009. Cf. Anexos.

<sup>265</sup> A Australásia reúne Austrália, Nova Zelândia, Nova Guiné e algumas ilhas na Indonésia.

<sup>266</sup> O total de pontos (97) é superior ao número *scripts* avaliados (84), já que o sistema de pontuação permite que uma reportagem seja creditada a mais de um país

além de limites de fronteiras, terras e mares. Citando o geógrafo Friedrich Ratzel, o autor indiano diz que, na virada dos séculos XIX e XX, os impérios (sobretudo o britânico e o otomano) precisavam se expandir, pois, do contrário, se esfacelariam. “Como tiras de borracha, os impérios esticam à medida que as pessoas se movimentam, alterando os fatos da realidade concreta e estabelecendo instituições que estendem territorialmente a obediência o máximo possível sem provocar o rompimento das tiras de borracha” (KHANNA, 2008, p. 22). A Europa, a China e os Estados Unidos estão interdependentes na economia, na mídia, na política:

Esses impérios comerciais abrigam corporações globais que controlam cadeias mundiais de abastecimento não raro sediadas em domínios de outros impérios, o que significa que a manutenção de sua prosperidade depende da força – e não da fraqueza dos outros. Quarenta por cento do comércio da América se dá com a Ásia Oriental, e quase todo o restante, com a Europa. A América depende de produtos chineses baratos e do apetite da China pelas Obrigações do Tesouro Americano; a China depende dos investimentos europeus e americanos, e atualmente exporta mais para a Europa do que para os Estados Unidos; a Europa e a América reduzem custos e aumentam lucros transferindo sua produção para a China. Juntos, os três mais parecem hoje trigêmeos xipófagos (KHANNA, 2008, p. 25).

As duas tabelas abaixo dão conta da segunda categoria que esta amostra se propõe a aferir: os temas predominantes entre as reportagens disseminadas pelas duas agências. O sistema de pontuação compartilhada também foi aplicado, ou seja, assuntos com mais de uma tipificação receberam meio ponto por item. A posse do presidente Hamid Kazai seria facilmente catalogada como algo envolvendo apenas política interna. Entrementes, a mesma ocorrência se insere num contexto maior sobre diplomacia e política externa americana. Em contrapartida, o roubo de antiguidades para uma rede internacional de tráfico de obras de arte foi classificado apenas como uma história de criminalidade na Argentina.

<b>Assuntos</b>	<b>Reuters TV</b>	<b>APTN</b>
Política interna /Ordem interna	1.0	1.0
Economia: comércio, indústria, finanças e abastecimento	8.0	1.0
Diplomacia /Política internacional	7.0	6.0
Conflitos bélicos/Terrorismo/Corrida armamentista	6.0	5.5
Violência/Crime	2.0	1.0
Desastres/Acidentes	3.0	2.0
Aquecimento global/ Fenômenos ligados ao clima	2.0	3.5
Arte/Cultura	1.0	2.0

Educação	0,5	-
Saúde pública/Medicina/Pandemias	0	0
Ciência/Tecnologia	1.0	2.0
Celebridade/Entretenimento	-	-
História	0,5	1,5
Decisões judiciais	2.0	3.0
Esportes	3,5	1,0
Direitos humanos	1,0	2,5
Animais	1,0	1,0
Religião	1,0	1,5
Turismo/Viagens	1,5	-

**Figura 43** Lista de assuntos cobertos pela APTN/Reuters TV, a partir de 84 *scripts* do dia 19/11/2009

<b>Temas priorizados pelas agências</b>	<b>Pontuação</b>
Diplomacia/Política internacional	13
Conflitos bélicos, terrorismo, corrida armamentista	11.5
Economia e comércio internacional	9.0
Fenômenos climáticos/Aquecimento global	5.5
Desastres/Acidentes	5.0

**Figura 44** Os cinco maiores temas cobertos pelas duas agências

Esses padrões são muito similares aos encontrados na dissertação de mestrado da autora, além de nos levantamentos de outros autores (CLARE, 1997; HESTER, 1978; PATERSON, 1998). Diplomacia e política internacional, guerras, atentados, armamentos, comércio, desastres ambientais e acidentes prevalecem. O inventário recente de Shoemaker e Cohen (2006) atesta também a preferência por esses temas.

Há, no entanto, outro indicativo pertinente, que, em certa medida, reflete uma novidade no cruzamento entre temas e países, comparado com os estudos coordenados por Annabelle Sreberny-Mohammadi (1990) e Robert Stevenson (1995), que apontavam uma negatividade de temas apenas para países pobres e em desenvolvimento. Se hoje vemos mais Las Vegas e Cingapura dentro de Dubai, ou seja, se o oásis árabe do mundo capitalista tem mais riqueza do que outras metrópoles mundiais, o noticiário também reflete a mistura de contextos e conflitos na esfera dos países desenvolvidos, que agora crescem de maneira desordenada, característica tipicamente “terceiro-mundista”. Uma reportagem da Espanha mostrou o desemprego em índices caóticos, enquanto tendas de sem-teto ocupam uma região

de pescadores nos Estados Unidos, desesperados com a queda do preço do camarão. As enchentes na Escócia lembram os desabrigados da região serrana no Rio de Janeiro, simbolizando o direcionamento mal-aplicado de recursos estruturais para cuidar de zonas mais vulneráveis às inundações.

*Lista de 40 lugares cobertos e respectivos assuntos a eles atrelados:*

- 1) **Afeganistão** (política interna, terrorismo e diplomacia)
- 2) **África do Sul** (esportes, diplomacia)
- 3) **Alemanha** (diplomacia, aquecimento global, conflitos bélicos)
- 4) **Argélia** (esportes)
- 5) **Argentina** (política interna, crime, cultura, decisões judiciais)
- 6) **Austrália** (saúde, aquecimento global)
- 7) **Bangladesh** (decisões judiciais)
- 8) **Bélgica** (diplomacia internacional)
- 9) **Bolívia** (política interna)
- 10) **Brasil** (decisão judicial)
- 11) **Chile** (política interna)
- 12) **China** (animais/vida selvagem, desastres/acidentes, diplomacia internacional/desarmamento)
- 13) **Colômbia** (diplomacia internacional)
- 14) **Coreia do Sul** (diplomacia internacional, economia, corrida armamentista)
- 15) **Cuba** (cultura, diplomacia internacional, direitos humanos)
- 16) **Egito** (esporte)
- 17) **Espanha** (economia, cultura)
- 18) **Estados Unidos** (predominantemente diplomacia internacional, conflitos bélicos e quase todas as categorias, exceto crime, educação e direitos humanos)
- 19) **Filipinas** (diplomacia internacional)
- 20) **França** (esportes, diplomacia internacional, cultura)
- 21) **Grã-Bretanha** (interesses humanos, aquecimento global, economia)
- 22) **Índia** (direitos humanos)
- 23) **Irã** (esportes, aquecimento global)
- 24) **Irlanda** (esportes)
- 25) **Itália** (crime, história, diplomacia internacional)
- 26) **Japão** (economia e diplomacia internacional)
- 27) **Malásia** (economia)
- 28) **México** (saúde pública e crime)
- 29) **Paquistão** (terrorismo)
- 30) **Peru** (crime, política interna)
- 31) **República Democrática do Congo** (acidente)
- 32) **Rússia** (diplomacia internacional/políticas públicas, economia)
- 33) **Sérvia** (religião)
- 34) **Sudão** (esportes)
- 35) **Tailândia** (acidente)
- 36) **Territórios palestinos** (educação, direitos humanos, conflitos bélicos)
- 37) **Ucrânia** (economia, diplomacia internacional)
- 38) **Vaticano** (história e religião)
- 39) **Venezuela** (diplomacia internacional)

#### 40) **Zimbábue** (diplomacia internacional, política interna)

Num dia sem imagens impactantes, era esperado que a natureza das notícias fosse essencialmente de cunho burocrático, de eventos oficiais. Desta vez, chegou-se a um número absoluto, sem que houvesse dúvida sobre a categoria associada aos itens noticiosos:

<b>Natureza da notícia</b>	<b>APTN e Reuters TV</b>
Assuntos exclusivos preparados especialmente para o cliente	6
<i>Breaking news</i> (não esperados)	17
Pré-agendados	21
Histórias em andamento de assuntos já cobertos	40
<b>Total</b>	<b>84</b>

**Figura 45** Tipologia de notícias enviadas às emissoras

No que diz respeito às fontes de imagem, é interessante perceber como as agências dependem de terceiros e emissoras para viabilizar suas produções. Observa-se que, na APTN, das 36 reportagens, somente 19 eram vídeos exclusivos captados por suas equipes e sucursais. Outras nove incluíram, além do material da AP, vídeos fornecidos por grupos de emissoras comerciais (*pool*) e órgãos públicos como o Departamento de Defesa dos Estados Unidos e a imprensa da ONU (UNTV), além da rede americana ABC, a emissora brasileira EBC e a paquistanesa GEO TV. Oito *feeds* foram unicamente construídos com imagens de outrem (NASA TV, Sky News, CCTV, Universidade de Utah).

A Reuters TV apresentou quadro similar. Das 48 reportagens disponibilizadas, somente 18 foram prospectadas por seus próprios colaboradores e funcionários, e 18 tinham associação com outras fontes (como a National TV Bangladesh, a Bolsa de Nova York, a polícia federal peruana e a televisão paquistanesa Express TV). 12 vídeos foram editados somente utilizando-se conteúdos cedidos pela chinesa CCTV, pela americana NBC e pelo zoológico de San Diego. A tabela a seguir resume a dimensão de todas essas parcerias para viabilizar o agendamento diário das notícias.

<b>Fontes</b>	<b>Número de reportagens</b>
Sucursais e colaboradores	37
Associação com outras emissoras	27
Terceiros	20

**Figura 46** Fontes das imagens e entrevistas em 84 reportagens da APTN e da Reuters TV

Com relação à hierarquização de fontes, as agências tendem a reproduzir os pontos de vista de segmentos oficiais. Como critério, todas as fontes de informação que aparecem no texto, por meio de entrevistas ou discursos, foram consideradas.

<b>Fontes ouvidas com ou sem entrevistas gravadas</b>	<b>Número</b>
Governos/Instituições supranacionais (ONU, União Europeia etc)	18
Militares, oficiais e órgãos ligados ao governo	21
Mais de uma categoria	26
Indivíduos e fontes independentes	4
Fontes da oposição	2
Empresas	6
ONGs/ Grupos de pressão	6
Fontes não declaradas	1
Total	84

**Figura 47** Hierarquia de fontes utilizadas pela APTN e pela Reuters TV

Apesar de o desequilíbrio entre países e populações ter sido diagnosticado nessa amostra pequena, percebe-se que o silêncio já não é tão imposto às regiões mais periféricas. Talvez o sintoma mais claro dessa tímida mudança seja mesmo o de quebrar o condicionamento de determinados temários a países. Quando Galtung e Ruge (1970, p. 287) argumentaram que a questão geográfica, de proximidade com a Europa e os Estados Unidos, parecia ser um elemento fundamental na escolha de notícias, os autores se referiam a uma polaridade em que a geopolítica atual não encontra ressonância. A ideia de que nações distantes também apareceriam “essencialmente imutáveis” enquanto as das potências ocidentais enfrentariam mudanças concretas tampouco pode ser fortalecida atualmente.<sup>267</sup> O declínio relativo de países e a ascensão de outros atores na economia mundial forçaram uma assimetria no fluxo noticioso, que, em certa medida, reproduz a postulação de Parag Khanna (2008, p. 427): “O Primeiro, o Segundo e o Terceiro Mundo continuarão existindo, mas os personagens estão sempre mudando”.

<sup>267</sup> “[...] Distant nations appear as essentially unchangeable whereas one’s own cultural sphere undergoes real, basic change.”

### 5.2.2 O mapa do mundo em uma semana

Para conferir um grau de confiança maior aos resultados, foi preciso apreender informações a partir de um *corpus* mais amplo (e viável) de manipulação. Sete dias do mês de agosto de 2010 foram separados para uma nova análise, desta vez observando o noticiário em uma semana construída artificialmente. 673 reportagens foram catalogadas (366 na Reuters e 307 na AP) nos dias 1º e 2, 10 e 11, 19 e 20 e 28 de agosto. A intenção era avaliar assuntos cobertos em dias seguidos, mas em semanas alternadas (domingo e segunda-feira, terça-feira e quarta-feira, quinta-feira e sexta-feira e sábado). Como o ciclo do noticiário é alimentado de modo contínuo, a mesma reportagem gerada pela agência aparecerá no dia seguinte. Ou seja, nesse recorte foram consideradas as repetições de reportagens, entendendo-se isso como outro indicador daquilo que as agências julgam como pertinente e merece ser reproduzido, sem limites, em sua rede. Outro critério diferente da primeira amostra foi a incorporação de diversas versões sobre a mesma temática, desde que com abordagens diferentes. A chegada da ajuda enviada pela ONU aos desabrigados das enchentes no Paquistão foi considerada um item em separado, assim como o drama dos sobreviventes no país e a mobilização de artistas e autoridades na Europa em torno das vítimas.

O sistema de pontuação foi mantido, desta vez tanto para regiões como para países. Com esses parâmetros estabelecidos, 673 reportagens foram enquadradas na tabela a seguir:

<b>País/Cidade</b>	<b>Imagens onde as imagens foram gravadas</b>	<b>Países diretamente envolvidos na reportagem</b>	<b>Países citados indiretamente</b>	<b>Nome do Feed Título da reportagem</b>
EUA/NYC	América do Norte	EUA	EUA	<b>America</b> 6127AM USA-CLINTON WEDDING @ Aug 01 00:35
Brasil/Curitiba	América do Sul	Irã, Brasil	EUA e União Europeia	<b>Latin</b> 7002LA BRAZIL-IRAN @ Aug 01 01:
Índia/Arnand/Gujarat/Nova Deli	Ásia	Índia	EUA/Japão	<b>Asia</b> 7003AS INDIA-SURROGACY @ Aug 01 02:35
Síria/Douma	Oriente Médio	Síria, Cisjordânia, Israel	EUA e Liga Árabe	<b>World</b> 7124WD SYRIA-MESHAAL @ Aug 01 22:20

**Figura 48** Modelo de tabela utilizado para avaliar a segunda amostragem

Com o intuito de eliminar possíveis subjetividades, ainda que o assunto fosse notoriamente de interesse de um determinado país, optou-se por uma avaliação cuidadosa daquilo que, de fato, incorporaria mais de um país e região. O depoimento da modelo Naomi Campbell no Tribunal Internacional de Haia, na Holanda, era uma reportagem que envolvia a África (Serra Leoa, Libéria e África do Sul) e simultaneamente tratava de uma ocorrência relacionada à Europa, como mostra a identificação a seguir:

**Nome da reportagem:** FILE-NAOMI CAMPBELL/TRIAL Arquivo/Naomi Campbell/Julgamento

**Headline/Manchete**

**Supermodel to testify about blood diamond/Supermodelo depõe sobre caso dos diamantes sangrentos**

**Location/Locções:**

Londres, Reino Unido/Tumanburg e Monrovia, Libéria, Corte de Haia, Holanda, localidade não definida em Serra Leoa, Cidade do Cabo, África do Sul, arquivo de refugiados de Darfur, Sudão.

Num primeiro momento, foi separada a região de origem das imagens contidas em cada *script*. A visita do ex-presidente George W. Bush ao Haiti, com cenas gravadas **apenas** na capital do país, Porto Príncipe, foi considerada uma reportagem localizada no Caribe, do mesmo modo que a passagem do ex-premiê britânico Toni Blair por Dhaka, capital de Bangladesh, foi classificada como um item da Ásia. Nessa primeira triagem é clara a forte presença da Ásia, que enfrentava o período de chuvas sazonais, as chamadas monções. A partir dessa catalogação, foi possível quantificar a ênfase dada pelas agências às seguintes regiões:

- 1) **América do Norte** (Canadá, Estados Unidos (inclusive Alaska) e México)
- 2) **América Central e Caribe**
- 3) **América do Sul**
- 4) **Europa Ocidental** (Classificação que incorpora as maiores economias, inclusive os países nórdicos)
- 5) **Leste Europeu/Balcãs**
- 6) **Eurásia** (Turquia, Rússia e ex-repúblicas soviéticas).
- 7) **Oriente Médio**<sup>268</sup> (Egito, Irã, Síria, territórios palestinos, Jordânia, Iraque, Israel, Arábia Saudita, Bahrein, Chipre, Emirados Árabes Unidos, Iêmen, Kuwait, Omã e Catar)
- 8) **Australásia** (Países da Oceania: Austrália, Nova Zelândia, Nova Guiné e ilhas adjacentes, como a Tasmânia)
- 9) **Outros**

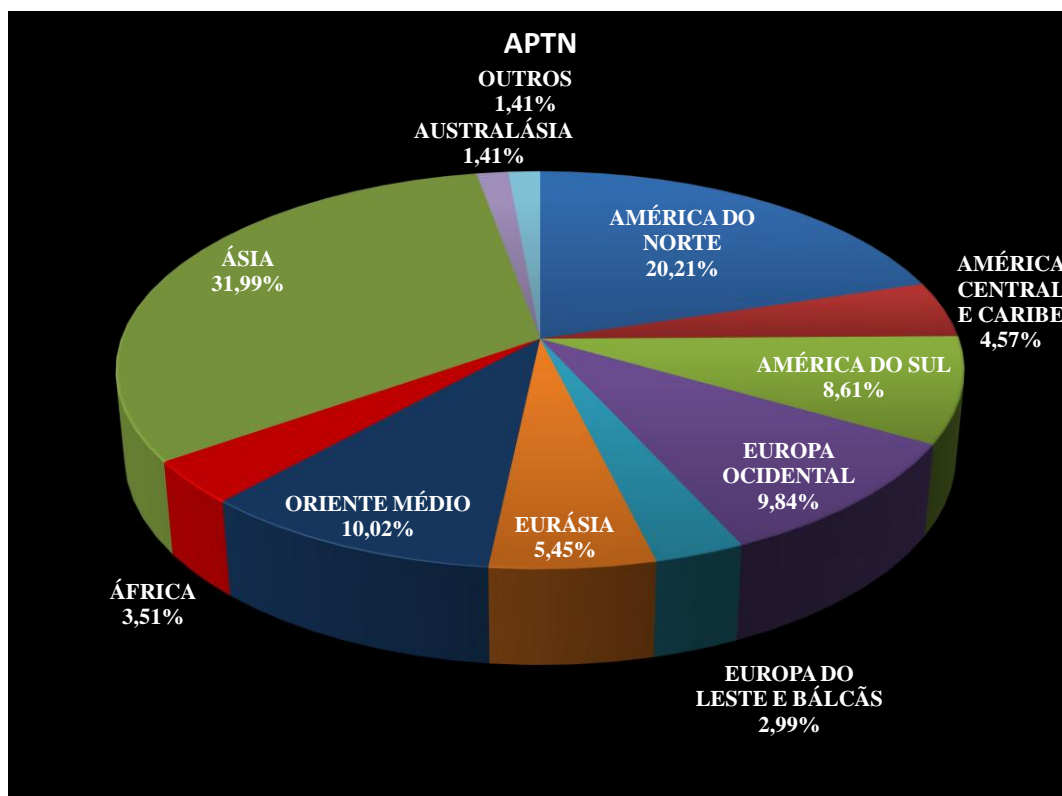
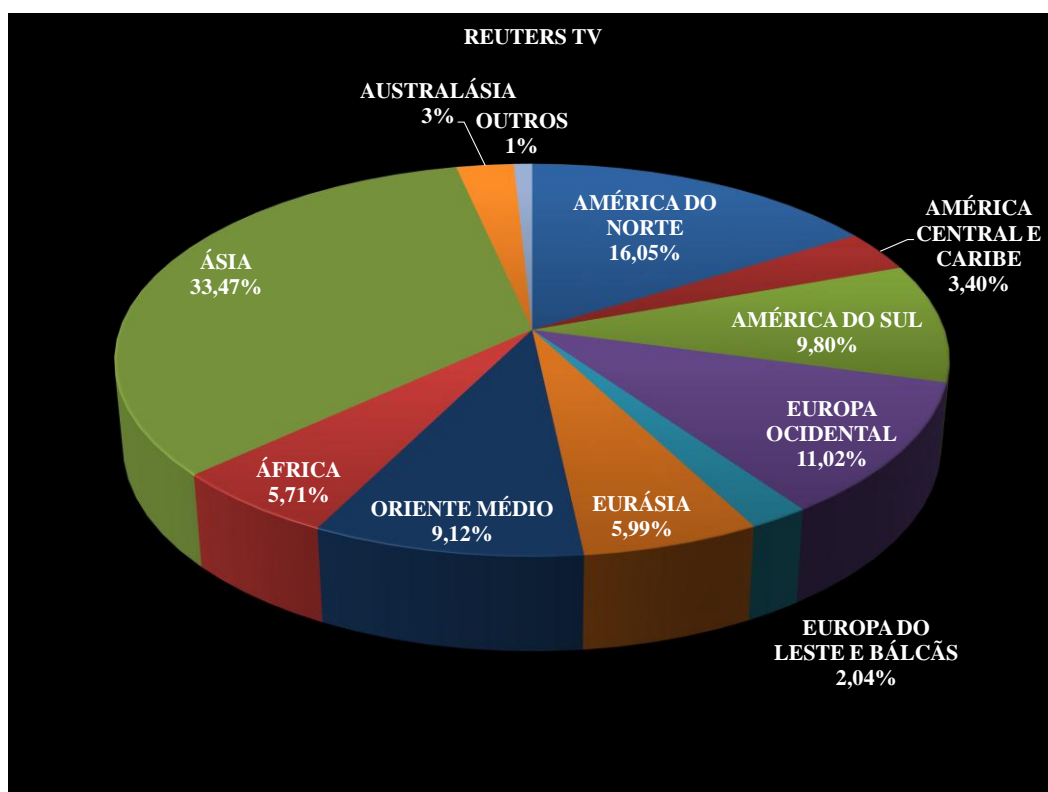
Outra peculiaridade decorrente dessa amostragem é que foram incorporados boletins criados pela Reuters TV para contemplar as demandas sobre a África (*Africa Daily*), continente que recebe a maior parte da ajuda humanitária proveniente da Europa. Como na APTN não há uma categoria de boletins assim denominados, é natural a discrepância entre as duas regiões em se tratando de acontecimentos sobre o continente africano. Enquanto a Reuters disponibilizou 21 das 366 reportagens sobre assuntos associados à África, a concorrente americana difundiu apenas 10 das 307 escolhidas para a análise.

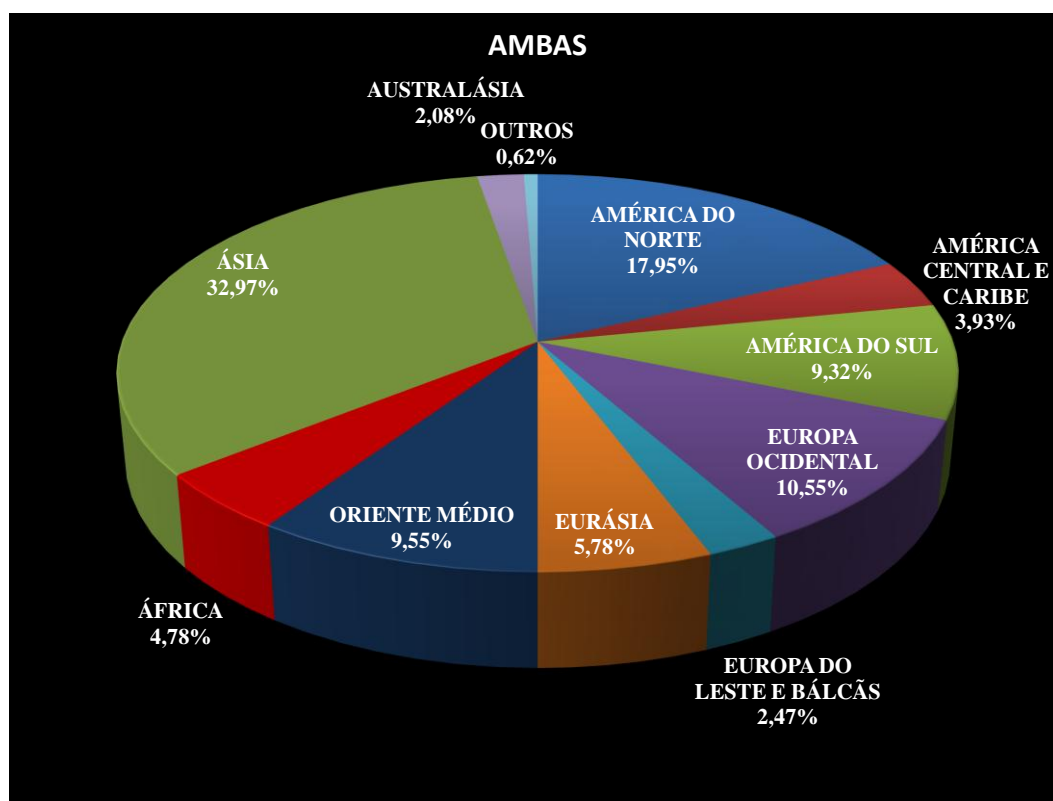
Um esclarecimento a ser feito é que, apesar de a América do Norte agregar o Canadá e o México, 90% das histórias dessa região se referiam apenas aos Estados Unidos. A maior parte dos itens referentes ao México falava da preocupação com a segurança e a criminalidade

---

<sup>268</sup> A classificação é controversa. O Egito, situado geograficamente no norte da África, é também um país do “Oriente Próximo”, segundo os franceses e britânicos, pois controla o acesso à Faixa de Gaza e detém o controle do Canal de Suez, além de historicamente ser um dos lugares mais importantes do mundo árabe e do Islã. A professora Arlene Clemesha, do Núcleo de Estudos Árabes da Universidade de São Paulo, diz que, geopoliticamente falando, ainda há possibilidade de considerar Turquia e Afeganistão como países do Oriente Médio. No entanto, como a Turquia tenta entrar na União Europeia se deslocando politicamente da região, o país entrou no âmbito da Eurásia. O Afeganistão foi enquadrado como membro da Ásia central.

na região da fronteira com aquele país. Os três gráficos a seguir resumem, em proporção porcentual, o total dos *feeds*:





**Figura 49** Regiões priorizadas pelas agências

Ao mirar os gráficos, percebe-se que o noticiário das agências prioriza os pináculos da economia global (Japão, China, Rússia, Alemanha, França, Estados Unidos e Grã-Bretanha), apesar de o Canadá e a Austrália terem recebido mínima atenção. Dos 673 *scripts*, 214 apresentavam ocorrências provenientes da Ásia, sendo a maior parte sobre as enchentes no Paquistão, na China e na Índia, além de atentados terroristas no Afeganistão. Os países do Leste Europeu e a região politicamente estilhaçada dos Balcãs tiveram os piores resultados. A África, historicamente ignorada pelas agências, ganhou um número maior de notícias devido aos fatos ocorridos imediatamente após a Copa do Mundo de 2010 e à inclusão dos boletins específicos da Reuters.<sup>269</sup>

O Oriente Médio ocupa o quarto lugar no ranking das agências. Presume-se que, sendo a região instável em função do conflito árabe-israelense, há uma inclinação maior em cobri-la, até mesmo pelas implicações mais evidentes no contexto internacional e no âmbito da formação histórica dos países – afinal, muitas nações da região foram criadas “artificialmente” depois que a França e Grã-Bretanha repartiram essas colônias em

<sup>269</sup> Cf. Anexos.

protetorados. O processo de paz com os palestinos, as rivalidades dinásticas árabes, o forte sentimento antiamericano e as reservas de petróleo e gás já são motivos suficientes para que essa parte do planeta esteja sempre na mira das agências ocidentais.

Num segundo momento da análise, foram considerados também os países diretamente envolvidos na reportagem. Assim, as duas visitas mencionadas anteriormente dos líderes políticos de superpotências ocidentais receberam uma nova classificação. Eram notícias dos Estados Unidos e da Grã-Bretanha (Europa Ocidental), e ao mesmo tempo sobre Haiti e Bangladesh, mesmo que as cenas tivessem sido gravadas fora dos limites territoriais americanos. Do mesmo modo, o julgamento de uma nova-iorquina que ajudou uma guerrilha no Peru ganhou várias versões e abordagens, o que explica, em parte, a forte presença da América do Sul no quadro geral da APTN e na Reuters TV durante o período pesquisado. Portanto, nesse item específico, foi atribuído meio ponto para os Estados Unidos e meio ponto para o Peru.<sup>270</sup>

Depois que essa estratégia foi aplicada, os números mudaram significativamente. Na APTN, os Estados Unidos foram associados a 73 dos 307 itens, enquanto o Paquistão, mesmo com 20 milhões de desabrigados e 1.500 mortos, contabilizou apenas 21 itens. Na Reuters TV, o número sobre o Paquistão é quase duas vezes maior que sobre a rival americana, comprovando a tradição da agência em se ocupar das ex-colônias britânicas. 36 das 366 reportagens da Reuters consideradas para esta análise davam uma dimensão ampla das consequências desse desastre humanitário no Paquistão, país já suficientemente caótico, localizado numa das regiões mais pobres do mundo.

No contexto dos Bric (grupo que reúne Brasil, Rússia, Índia e China), constata-se a liderança da China, oscilando entre o quarto e o terceiro lugares nas duas agências, enquanto o Brasil desponta com um tímido desempenho no critério das agências.

Num terceiro momento, foram averiguadas quais reportagens faziam citações indiretas aos atores econômicos e políticos dos Estados Unidos. Embora qualquer assunto sobre o Oriente Médio inevitavelmente possa conduzir ao cinturão político americano, só foram catalogados para a análise aqueles *scripts* em que havia uma menção explícita de empresas, indivíduos, autoridades e governo dos Estados Unidos. Em síntese, os que eram profundamente integrados à “América”.

Tendo isso como parâmetro, o quarto dia de protestos de trabalhadores da indústria têxtil que terminou em pancadaria em Bangladesh não foi considerado dentro da zona de

---

<sup>270</sup> Cf. Anexos.

influência estritamente americana, já que as marcas citadas na reportagem (Wal-Mart, H & M, Carrefour e Zara) são corporações globais desterritorializadas. Esse item, aliás, espelha a preocupação das agências em se manterem ao menos abertas às críticas consensuais em torno de questões sensíveis aos direitos humanos, como a exploração de trabalhadores asiáticos empregados em fábricas clandestinas ou em condições precárias. Diz o despacho da Reuters: “O ministro do Trabalho, Khandaker Mosharrif Hossain, disse num comunicado que vai tomar medidas para evitar futuras manifestações violentas dos trabalhadores e vai punir os envolvidos. Ele afirmou ainda que arroz e alojamento serão providenciados para os funcionários das zonas de exportação”.<sup>271</sup>

Por outro lado, o *feed* sobre Santa Marta, uma pequena cidade colombiana que sediou o encontro da União das Nações Sul-Americanas (Unasur), não é apenas um item de um evento diplomático regional. Ali foram feitas promessas de convivência pacífica entre a Colômbia e a Venezuela, a “república bolivariana” comandada por Hugo Chávez, que, com seu manto anti-hegemônico, diz ter certeza de um plano americano para matá-lo, opondo-se à presença de militares americanos em território colombiano. Do mesmo modo, a visita do ministro das Relações Exteriores da Argentina aos Estados Unidos recebeu atenção, já que o diplomata se dizia satisfeito com o alívio das tensões entre Venezuela e Colômbia, motivo de preocupação da política americana.<sup>272</sup> Depois da re Checagem dos itens em que havia uma simbiose indireta ou direta com os Estados Unidos, o quadro mudou:

<b>País</b>	<b>Reuters TV: 366 scripts</b>	<b>APTN: 307 scripts</b>
Estados Unidos	64 (e 112 indiretamente)	73 (e 104 indiretamente)
Europa Ocidental	43 (vários)	42
Paquistão	36 (chuvas)	21
China	26 (economia e chuvas)	28
Rússia	21 (economia e incêndios florestais)	17
Índia	17 (maioria sobre chuvas)	8
Brasil	7 (vários)	1

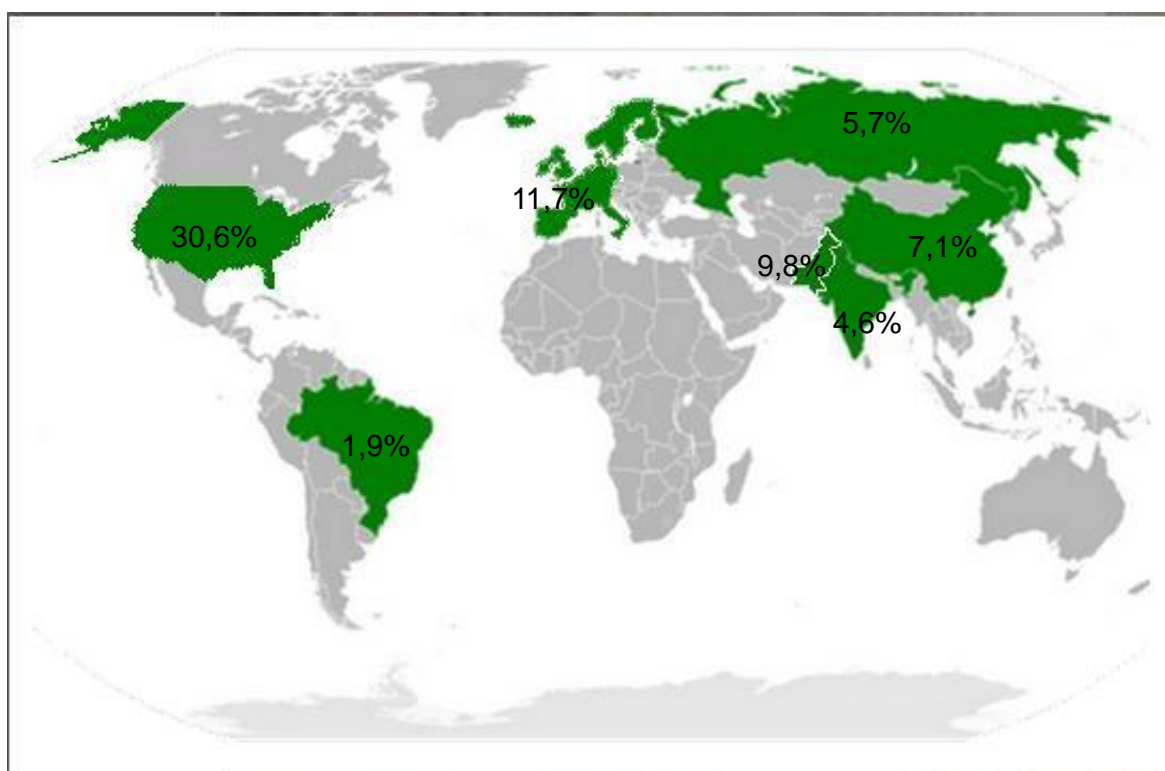
**Figura 50** Europa Ocidental, Paquistão, Estados Unidos, China, Índia, Brasil e Rússia

Nos mapas a seguir, visualiza-se a escancarada predileção pelos Estados Unidos, a Europa Ocidental e a China, desta vez considerando os itens associados indiretamente aos Estados Unidos:

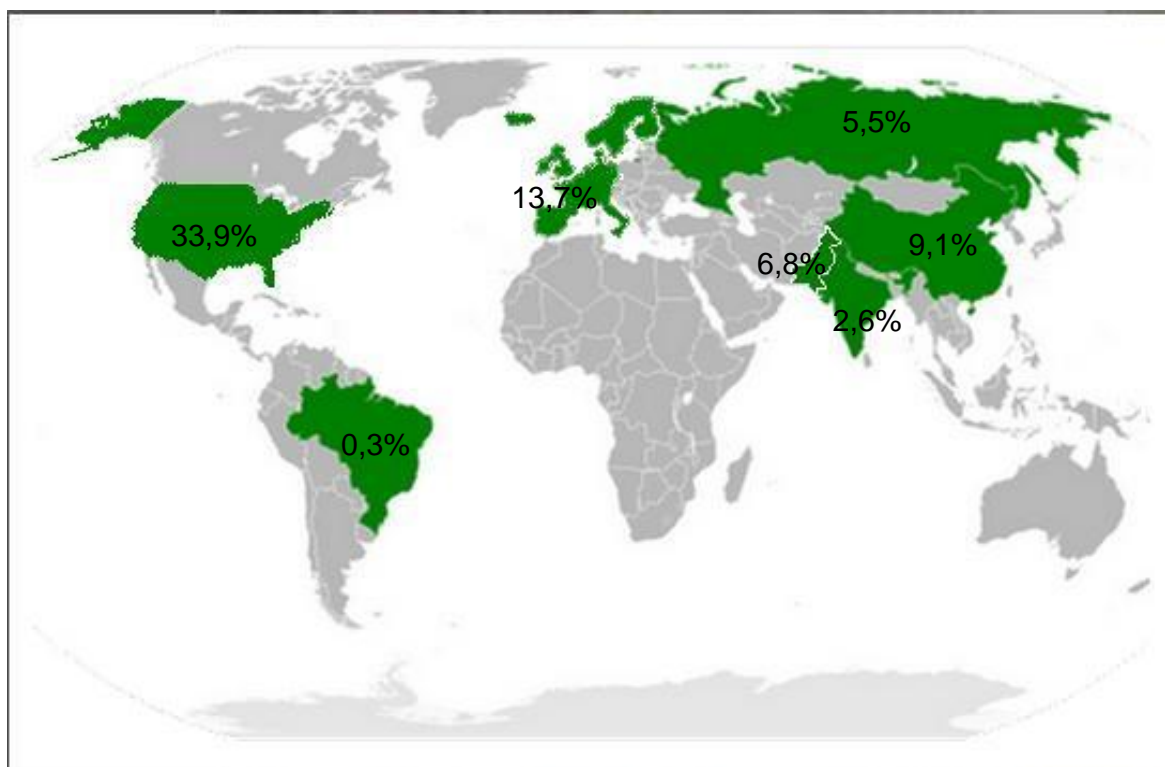
<sup>271</sup> “Labour Minister Khandaker Mosharrif Hossain said in a statement the government would take stern action to prevent further unrest from garment sector workers and punish those involved. He also said rice rations and dormitories for workers would soon be provided for workers in the Export Processing Zones.”

<sup>272</sup> Cf. Anexos.

## Reuters TV



## APTN



**Figura 51** Proporção de países citados pelas duas agências

É importante detalhar os valores-notícia atrelados a duas regiões comumente vistas como quintal dos Estados Unidos: América Central/Caribe e América do Sul. Olhando para América Central e Caribe, quatro nações receberam destaque, conforme a tabela a seguir. Cuba, um dos últimos baluartes do comunismo, desponta em primeiro lugar com reportagens ligadas aos direitos humanos. O Haiti, devastado pelo terremoto de 2010, vem em seguida, com personagens relevantes para a sociedade americana (George Bush e o *rapper* Wycleaf Jean, haitiano naturalizado americano). Honduras aparece com as imagens das enchentes durante a temporada de furacões, que sempre colocam as autoridades americanas em alerta. A Costa Rica passou pelo filtro das agências presumidamente porque a primeira mulher presidente do país havia pedido ajuda aos Estados Unidos para combater o tráfico de drogas. Enfim, as conexões com os Estados Unidos são evidentes. Mas a visibilidade modesta da região também reflete o que já se antecipou no capítulo IV: não há escritório fixo da APTN na América Central continental, e historicamente as agências cobriram esses países a partir da sucursal mais próxima, por exemplo, a do México (BOYD-BARRETT, 1980).

<b>Região</b>	<b>Reuters TV e APTN</b>
<b>América do Sul</b>	<b>Temas cobertos</b>
<b>Argentina</b>	
San Martin de los Andes	Temperaturas despencam na Argentina
San Juan	Encontro da cúpula do Mercosul discute crise Colômbia/Venezuela
Ilhas Malvinas	Estados Unidos preocupado com crise entre Argentina e Reino Unido
Buenos Aires	Avós da Praça de Maio podem disputar Nobel da Paz
Buenos Aires e La Plata	Pássaro do terror é recriado em 3D
Buenos Aires	Prédio desaba na capital
Buenos Aires	Tecnologia do DNA ajuda a identificar vítimas da ditadura sangrenta da Argentina
Santa Fe	Acidente com pequeno avião
<b>Bolívia</b>	
La Paz	Festival Indígena da Mãe Natureza

La Paz	Travesti camponês
Várias cidades	Incêndios florestais devastam interior do país
Santa Cruz e Tarija	Chile, Brasil e Venezuela se unem para ajudar região devastada pelo fogo
La Paz	Acidente de ônibus na Bolívia
Santa Cruz	Golfinhos resgatados
<b>Brasil</b>	
Curitiba	Posicionamento de Lula sobre o Irã
Brasília	Reunião da UNESCO decide colocar Atol do Biquíni na lista de patrimônio da Humanidade
São Paulo	Estado de saúde do presidente do Paraguai, operado por especialistas brasileiros
Brasília	Posicionamento do Brasil sobre a iraniana que será apedrejada
Rio de Janeiro	Frente fria obriga zoológico do Rio a fornecer cobertores para orangotango
São Paulo	Primeiro debate presidencial do país realizado pela internet
Natal	Matéria de comportamento sobre <i>kite surf</i> em Natal
Sergipe/várias	Atentado contra presidente do TRE
Várias localidades (região da Amazônia)	Ex-capitão britânico entra para a história como o primeiro homem a andar a pé à margem do Rio Amazonas
<b>Chile</b>	
Copiapó e Santiago	Presidente chileno visita mineiros presos
Santiago	Nova Zelândia oferece ajuda às vítimas do terremoto de fevereiro
Copiapó	Situação atualizada dos mineiros com novos especialistas internacionais
Copiapó	Especialistas da Nasa vão ajudar no resgate
Copiapó	Vítima de terremoto de fevereiro visita acampamento

Antofagasta	Escavadeira sai da região para ajudar no resgate de mineiros
<b>Colômbia</b>	
Bogotá	Vice-presidente comenta crise na Venezuela
Bogotá	Autoridades do Mercosul discutem crise Colômbia e Venezuela.
Bogotá e Santa Marta	Encontro de Chávez e Santos
Ilha de San Andres	Acidente de avião
Bogotá e Cucutá	Combate ao tráfico de drogas na fronteira entre Venezuela e Colômbia. Prisão de bandidos
Bogotá	Feira da Camisinha em Bogotá para divulgar sexo seguro
Bogotá	Bases americanas continuam causando tensão entre Colômbia e Venezuela
<b>Paraguai</b>	
Assunção e Itagua	Cabanas rouba atenção da mídia esportiva
<b>Peru</b>	
Sayapullo, Cajamarca	Acidente de ônibus
Lima	Justiça do Peru revogou pedido de condicional da americana Lori Berenson
Arredores de Lima	Casal que fundou grupo Sendeiro Luminoso se casa em prisão de segurança máxima
Huanuco	Rebeldes capturados
<b>Venezuela</b>	
Caracas	Reunião entre chanceleres da Colômbia e Venezuela para selar acordo
Caracas	Chávez ordena deportação de terrorista
Caracas	Chávez censura jornais
Caracas	Milhares de pessoas protestam contra o governo Chávez, acusado de subestimar aumento da violência no país
<b>América Central e Caribe</b>	<b>Temas cobertos</b>
<b>Cuba</b>	

Havana	Visita de autoridade chinesa a Cuba
Havana	Votação na Assembleia Nacional
Havana	Prisioneiros cubanos serão exilados na Espanha
Base naval americana em Guantánamo	Julgamento do terrorista Omar Khadr
Havana	Entrevista de Fidel Castro sobre situação entre Colômbia e Venezuela
Havana e Banes	Direitos humanos em Cuba
Havana e Varadero	Cuba afrouxa regras para comércio
Havana	Investidores estrangeiros podem arrendar terras por 99 anos
Havana	Balanço da economia do país
Havana	Castro recebe brigada médica da Bolívia
<b>Costa Rica</b>	
San Jose	Visita de autoridade chinesa à capital
San Jose	Presidente do país quer que os Estados Unidos ofereçam o programa antidroga para toda a região da América Central
<b>Haiti</b>	
Porto Príncipe	Ex-presidente americano Bush visita à capital do Haiti
Porto Príncipe	Rapper Wyclef Jean é pré-candidato à presidência do Haiti e diz receber ameaças
Porto Príncipe	Lançamento de candidatura do rapper Wycleaf Jean americano à presidência do Haiti
<b>Honduras</b>	
Danli	Inundações causam mortes

**Figura 52** Países e temas tratados pelas agências na América do Sul, América Central e Caribe

Há, ainda, outra demonstração de como os assuntos “locais” precisam reverberar internacionalmente. Dos nove *scripts* sobre o Brasil, somente quatro tratavam de temas e personagens brasileiros. O restante apresentava um sintoma muito claro no noticiário

internacional: é preciso que a notícia interesse a um número mais amplo de clientes, especialmente da Europa e dos Estados Unidos.

Cinco dos seis assuntos gerados pelas equipes do Chile relatavam a história dos 33 operários soterrados após a explosão de uma mina no deserto do Atacama, uma reportagem carregada de símbolos sociais: pela primeira vez se pôde acompanhar diariamente a vida de mineiros 700 metros abaixo da superfície. Os trabalhadores, alguns migrantes, viviam em condições não adequadas que já haviam sido objeto de denúncia tanto no Chile como em outros países, como na China e na Colômbia. Temários controversos despertam interesse, justamente pela carga de “desvio” de uma normalidade, como defendem Shoemaker e Cohen (2006). Não por acaso, após a queda do ditador Mubarak, no Egito, Gaddafi, o coronel que governa a Líbia há 40 anos, mandou cortar a internet. Na China, por muitos dias a palavra “Egito” foi bloqueada na rede. Quanto maior a ressonância e as similitudes com outras realidades, mais os temários podem ser priorizados pelas agências. Essa simbiose se apresenta de forma muito lógica, diz o diretor da APTN, Sandy MacIntyre:<sup>273</sup>

Nós raciocinamos como uma emissora de televisão, com espaços muito limitados, restritos. Você tem que convencer a pessoa que está assistindo a uma reportagem de que o que ela está vendo é relevante. Não podem ser histórias microcósmicas, entende? Cada imagem ou entrevista precisa ter um impacto maior na vida das pessoas ou uma curiosidade. Se você mostra uma venda ilegal, o aumento no valor dos imóveis e a corrupção em negócios envolvendo as terras na Amazônia, você certamente terá impactos na Europa. Sobre o meio ambiente e até sobre o preço de moradia em alguns centros urbanos do mundo. Tem que ter um *link*. O que você precisa fazer é tornar essa notícia relevante para a vida das pessoas. Do contrário, se não afeta a vida delas, parece algo distante.

Quando questionado sobre a partir de que ponto do mundo algo seria considerado “distante”, o diretor afirma que essas incoerências não são exclusividade das agências:

Vejam os principais telejornais noturnos do Brasil. É claro que, pelas dimensões continentais do Brasil, com tantas preocupações, a maioria das emissoras desloca suas equipes para cobrir temas nacionais, focando na tríade Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, deixando as regiões periféricas para tratar de assuntos inusitados, curiosos ou de grande impacto. O fato é que, às vezes, você tem mais Bolívia no nosso cardápio do que no Brasil. E os exemplos se multiplicam. Simplesmente porque Jacarta não tem a mesma importância que Nova York nem São Paulo tem o mesmo PIB que outra capital brasileira. Acho que uma das críticas mais injustas acerca das agências é essa suposta assimetria, como se as agências pudessem consertar os desequilíbrios econômicos globais. Não é o nosso papel.

---

<sup>273</sup> Em entrevista à autora, em 26 de novembro de 2008.

### 5.2.3 Haiti: a visibilidade sob a ótica da dominação

A terceira e última análise recai sobre outro recorte, escolhido justamente por reunir alguns elementos simbólicos sobre o papel das agências de notícias ocidentais: o terremoto de 2010 no Haiti. Eram quase cinco da tarde de 12 de janeiro quando um forte tremor, de mais de sete pontos na escala Richter, sacudiu o Haiti, país onde 80% da população vivem com menos de dois dólares por dia e cujo Índice de Desenvolvimento Humano é um dos mais baixos do mundo. Cerca de 250 mil pessoas morreram e mais de um milhão perderam tudo o que tinham. Do ponto de vista de valor-notícia, havia um conjunto de dispositivos que tornavam a tragédia uma espécie de ritualização do desespero global: era uma crise humanitária somente comparável ao tsunami do Pacífico, de 2004, que causou número semelhante de vítimas, só que em 14 países. Havia uma catástrofe sistêmica em curso, o que Ulrich Beck (2009) classifica como traço evidente de uma sociedade em permanente perigo, com riscos imprevisíveis.

Até as 16h53 do dia 12 de janeiro de 2010, as agências telejornalísticas só haviam reportado cinco assuntos sobre o Haiti em 2010, dois para exemplificar o aquecimento global e três produzidos pela equipe de televisão da ONU, que, de graça, se utiliza da rede de satélites da APTN para divulgar suas ações (são os chamados UN *Feeds*). A organização Media Lens (2010) lembra que, em 2008, a mídia europeia e a americana haviam ignorado as cerca de mil mortes no Haiti por causa do furacão Gustavo, perpetuando a discrepância na cobertura internacional quando se trata de nações não integradas à elite econômica do mundo. Usando a plataforma Lexis Nexis, os jornalistas do Media Lens encontraram 265 artigos em jornais britânicos sobre as oito vítimas do furacão Gustavo em Nova Orleans, nos Estados Unidos, em contraste com apenas 67 matérias sobre as inundações em solo haitiano.

O terremoto no Haiti agregava também outros condicionantes que justificavam a escolha temática: era o primeiro desastre internacional que a gestão Obama teria de administrar. Cerca de 45 mil americanos moravam ou estavam no Haiti. Do ponto de vista desta pesquisa, parecia interessante observar um evento midiático em que o Brasil se inseria fortemente, pois comandava a Missão para Estabilização do Haiti (Minustah), cujo objetivo era “oferecer um ambiente seguro e contribuir na organização de eleições dentro dos parâmetros internacionais de democracia” (GALVANI, 2005, p. 13).

Por opção metodológica, foi observada a semana de 13 a 19 de janeiro de 2010, resultando na avaliação de 377 *scripts* (178 da APTN e 199 da Reuters TV). Aqui se tentou desprezar as repetições dos *scripts*, separando apenas os ângulos diferentes. Mas os problemas

com a coleta continuaram. A China, por exemplo, aparecia com uma reportagem sobre a ajuda humanitária dada pelo governo de Pequim aos haitianos (China/Aid). No entanto, essas mesmas imagens foram agrupadas a outra reportagem, editada no mesmo dia, sobre as iniciativas da Ásia e do Oriente Médio para enviar comida e água aos desabrigados (World/Aid). Como havia uma sequência de dias corridos, também seria natural a reciclagem de temas, daí a razão para uma enorme quantidade de vídeos assim nomeados: Quake/Hospital 1, Quake/Hospital 2, Devastation 4, Devastation 6 etc.<sup>274</sup> A saída encontrada foi utilizar a última versão de cada *script* enviado pelas agências. Quatro meses depois que essa etapa foi concluída, a APTN nos confirmou apenas 171 boletins gerados aos clientes, em sete dias. A diferença em relação ao recorte (178) desta tese justifica-se em função de alguns vídeos terem sido reciclados e renomeados na edição final. Não foi possível comparar o número oficial da Reuters TV com o *corpus* desta tese, pois não houve resposta do e-mail enviado à direção da agência britânica. Todavia, não se considera isso um problema, já que o objetivo dessa amostra era verificar quais enquadramentos e fontes prevaleceram na cobertura como um todo.

O enquadramento é um conceito, um método de investigação aplicado primeiramente por Erving Goffman em 1974, quando o autor mostrou marcos interpretativos que davam sentido às ocorrências, definindo um problema, uma interpretação, uma linha para orientar um pensamento (STANTON, 2007). *Framing* é o mesmo que estabelecer uma guia de análise, e se transforma numa estratégia discursiva para julgar os acontecimentos, normalmente influenciada pelos grupos de interesse que costumam atribuir pesos diferentes às notícias. Richard Stanton lembra que a ameaça pandêmica da gripe aviária pode ser uma notícia construída socialmente por um número razoável de enquadramentos: por exemplo, governo, autoridades de saúde e indústria farmacêutica.

Acatando essa abordagem, a CNN vai escolher um desses enquadramentos, uma dessas realidades percebidas e destacá-la num único discurso, preferencialmente durante um determinado ciclo noticioso: um dia ou uma semana. O enquadramento noticioso permite, portanto, que se pense sobre um assunto de um jeito particular. Classificadas, etiquetadas e arrumadas, as notícias são enquadradas a partir de uma perspectiva. Ao enquadrar, a mídia nos obriga a pensar sobre questões e eventos como parte de uma posição ideológica mais abrangente. Na ótica de Stanton, o enquadramento seria algo imperceptível ao cidadão comum e mais assimilado pelos atores sociais que lidam com a notícia no dia a dia, como os

---

<sup>274</sup> Cf. Anexos.

jornalistas e acadêmicos que estudam a mídia. Stephen Reese e Seth Lewis (2009) ponderam que os jornalistas americanos atualmente já resistem em usar a expressão “guerra ao terror” em suas reportagens. Esse enquadramento começou a ser visto com mais cautela justamente porque houve um reconhecimento de sua controvérsia e do alto valor ideológico aplicado ao termo.

Robert Entman (1993) produziu um texto clássico sobre enquadramento, tratando-o muito mais como um paradigma do que como uma simples abordagem ou uma teoria de efeitos da mídia, como defende Dietram Scheufele (1999). Entman (1993, p. 52) diz que “enquadrar é selecionar aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes num texto comunicativo”.<sup>275</sup> Depois de examinar como dois incidentes aéreos foram tratados pela elite da imprensa americana (como a rede CBS e a revista *Time*), Entman (1991) constatou que, em 1983, quando um caça soviético derrubou um avião de passageiros, matando 269 pessoas, a mídia americana retratou a tragédia dentro de um valor moral específico: o horror produzido pelo inimigo comunista. Cinco anos depois, em 1988, a marinha americana bombardeou um avião iraniano, matando 290 pessoas. O episódio foi visto como um problema técnico, um erro de alvo, e recebeu menos da metade da atenção dada ao primeiro incidente. Para Entman (1991, p. 7), ainda que o consumidor não receba a mensagem de forma passiva, as duas ocorrências servem para explicar como os enquadramentos funcionam quase como mapas cognitivos:

Ao fornecer, repetir e reforçar as palavras e as imagens visuais que fazem referência a algumas ideias em detrimento de outras, o enquadramento faz com que ideias se sobressaiam a outras no texto, tornando até invisíveis outras questões. O enquadramento não elimina todas as informações inconsistentes. Os textos inevitavelmente contêm dados incongruentes. Mas, por meio da repetição e do reforço de associações, certas imagens e textos ficam mais facilmente compreendidos e gravados na memória do que outros.<sup>276</sup>

O enquadramento pode ser compreendido como um segundo nível de atuação da Hipótese do Agendamento. Mauro Wolf (2003), citando os textos pioneiros de Maxwell McCombs e Donald Shaw, entende a *agenda-setting* como uma hipótese e não como uma teoria, o que seria uma perspectiva mais fechada de conhecimento, com o rigor de aplicação

---

<sup>275</sup> “To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text.”

<sup>276</sup> “By providing, repeating, and thereby reinforcing words and visual images that reference some ideas but not others, frames work to make some ideas more salient in the text, others less so – and others entirely invisible. The frame does not eliminate all inconsistent information; texts inevitably contain some incongruent data. But through repetition, placement, and reinforcing associations with each other, the words and images that comprise the frame render one basic interpretation more readily discernible, comprehensible and memorable than others.”

de uma determinada realidade segundo um modelo sistemático e fechado. A Hipótese do Agendamento despontou no cenário americano no início dos anos 1970, como complementação das teorias mais limitadas, especialmente de tradição funcionalista. A *agenda-setting* defende, basicamente, que a mídia é capaz de dizer e pautar temas que o público receptor deve pensar. Assim, os veículos de comunicação,

descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião e discutir. A asserção fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social lhes é modificada pelos meios de comunicação de massa (SHAW, 1979 *apud* WOLF, 2003, p. 143).

O enquadramento seria, portanto, uma herança ou extensão da *agenda-setting*. Na interpretação de Leandro Colling (2001, p. 95), “o *framing*, de um modo geral, é como temos que pensar os temas já estabelecidos pela agenda”. A figura a seguir representa o esforço de catalogar os 19 enquadramentos mais perceptíveis da semana do Haiti, à luz da Reuters TV e da APTN:

<b>Enquadramentos mais relevantes</b>	<b>Total de reportagens: 377</b>
Ajuda internacional (reação do mundo, com exceção dos Estados Unidos, apelos globais e distribuição de comida)	77
Envolvimento americano na tragédia (dentro e fora do território haitiano)	64
Mais de uma categoria	37
Nações Unidas e blocos supracionais (OEA, União Europeia)	29
Flagrantes do drama (imagens dramáticas, testemunhas, fotos, vídeos de amadores e testemunhas)	27
Resgate de sobreviventes (independentemente de nacionalidade)	26
Estrangeiros (embarques, desaparecidos, corpos, parentes, retirada, chegada de parentes)	21
Ajuda humanitária (socorristas, bombeiros, soldados, médicos, voluntários)	17
Devastação da estrutura do país	16
Feridos (hospitais)	13
Sufrimento humano (crianças, idosos, desabrigados)	10
Crimes e qualquer tipo de violência (saques, ameaças)	10
Morte (corpos, cemitérios, covas)	9
Apelos de celebridades e VIPs	8

Crítica (interna, da oposição, ou externa, de países que criticaram o Haiti ou os Estados Unidos)	6
Governo haitiano	3
Migração (êxodo e fuga)	2
Contexto político e histórico do país	2
<b>Total</b>	<b>377</b>

**Figura 53** Os 19 enquadramentos mais perceptíveis da cobertura do terremoto do Haiti

A marca determinante da primeira semana após o tremor no Haiti é que a visibilidade do país mais pobre das Américas só se tornou possível pelo drama humano, retratado agora sob a ótica da dominação. A descoberta mais expressiva dessa amostra foi perceber que os temários envolvendo os Estados Unidos e o que resto do mundo fariam para salvar o país despontaram no topo da lista, apesar de o sofrimento do povo ter sido contemplado em múltiplas abordagens. Se as autoridades americanas ocuparam o Aeroporto de Porto Príncipe, as agências de notícias também tomaram as rédeas e os rumos da cobertura. A metáfora traduz o que os números dessa análise comprovam: das 377 reportagens, somente 44 (12%) continham entrevistas com haitianos no território iraquiano. Dos itens citando outros países, 82 falavam dos Estados Unidos, 35 dos países da Europa Ocidental, 24 da América do Sul e 19 do Caribe.<sup>277</sup>

É espantoso saber que, do universo pesquisado, apenas dois *scripts* foram inteiramente dedicados à conturbada história política do Haiti, mergulhado em ditaduras sangrentas e golpes que solaparam e saquearam o país, quase sempre apoiados pelos Estados Unidos. Na imprensa varejista a ausência de contextualização se repetiu, afirma o Media Lens (2010). Das 47 menções feitas ao ex-presidente haitiano, Jean-Bertrand Aristides, durante o mês de janeiro de 2010, na Grã-Bretanha, somente nove dimensionaram o papel dos Estados Unidos durante as últimas décadas, lembrando que o governo Bush rejeitou o mandato popular de Aristides, com receio de que outro governo de extrema esquerda comandasse mais um país no Caribe, além de Cuba. Tampouco foram citadas as empresas americanas que controlavam o açúcar e a bauxita do país, estimulando que populações das zonas rurais migrassem para cidades já miseráveis. Caro Kriel,<sup>278</sup> gerente-geral da APTN, considera injusta a crítica ao agendamento político das agências:

Acho que é de conhecimento de todos que o governo haitiano ficou paralisado com o desastre, não havia praticamente governo, o palácio foi inclusive destruído. Todavia, nossa cobertura incluiu entrevista com o

<sup>277</sup> Cf. Anexos.

<sup>278</sup> Em entrevista à autora, por e-mail.

presidente Préval e outros membros do governo, a partir do momento em que nos foi permitido o acesso aos mesmos. Conseguimos estar presentes em entrevistas coletivas, usar trechos da fala do presidente e até exibimos uma entrevista corpo a corpo com o presidente. Mas a natureza da ajuda humanitária era tão global e o papel dos Estados Unidos era tão dominante que essas vozes também estavam presentes nas nossas reportagens.

Claro que é notória a situação caótica em que o Haiti se encontrava depois do dia 12 de janeiro de 2010. É inquestionável o fato de que as intervenções estrangeiras no país se tornaram comuns, mesmo que malsucedidas, tornando-se parte da realidade cotidiana dos moradores. Afinal, no início do século XX, o exército americano já havia ocupado o Haiti para tentar pôr ordem no lugar que, paradoxalmente, é a mais antiga nação independente da América Latina. Mas a cobertura do abalo mais catastrófico do país faz eco à advertência de Hannah Arendt (2001) sobre a necessidade de se restaurar um espaço público verdadeiramente “público”.

O que nos faz humanos, o que nos distancia dos outros animais é nossa ação política, nossa rebeldia, nossa capacidade de nos engajar e construir um mundo comum, inteiramente “na constante presença dos outros” (ARENDR, 2001, p. 31). O espaço público não apenas dá sentido ao cotidiano desordenado: o espaço público rearranja o cotidiano, dilui as questões individuais e privatizadas, tornando-se um lugar onde todos têm voz e são ouvidos, todos se veem e são vistos. Uma esfera pública vai determinar aquilo que é o “chão” comum a todos. Algo que não seja nem “meu”, nem “seu”, mas “nosso”, do qual todos fazem parte.

Pelas razões discutidas acima, as lentes das agências conseguiram reverberar parcialmente uma multiplicidade de vozes, um dos valores mais enfatizados na essência dos seus negócios. Dos boletins onde constavam entrevistas, 144 traziam testemunhas ou autoridades falando inglês, 43, espanhol, 41, francês e somente 18 a língua materna do país, o crioulo haitiano. Pode-se creditar a ausência do idioma local a um impedimento muito claro: correspondentes dominam, em geral, dois ou três idiomas e os poucos tradutores locais não conseguiam dar conta das enormes demandas logísticas de outras empresas que trabalhavam no Haiti.

Entrementes, a falta de equiparação dos informes das agências reflete a assimetria social do país em mais de 200 anos de desesperança e desolamento. Quase 50% dos haitianos são analfabetos, e poucos moradores conseguem se expressar com facilidade e compreender qualquer outro idioma, exceto o francês, herança do colonizador. Não é de surpreender que as vítimas do terremoto tiveram sua dor mediada e mediatizada pelos estrangeiros. A experiência

radical da dor só é trazida à cena pública midiática pelo olhar dos outros, que se comovem e demandam ações dos poderes públicos.

Hierarquia de fontes	Número de reportagens que continham entrevistas gravadas
Não oficiais (médicos, profissionais de saúde, turistas, bombeiros, ONGs, missionários, voluntários, grupos de pressão)	51
Outros governos fora do Haiti	47
Mais de uma categoria	44
ONU e entidades supranacionais	43
Autoridades americanas e militares americanos	38
Governo do Haiti	11
Não identificados/Reportagem sem entrevista gravada	83

**Figura 54** Hierarquia das fontes utilizadas pelas agências

Do ponto de vista da natureza das fontes, é de se ressaltar o esforço das agências para incluir diversos segmentos da sociedade em sua cobertura, como demonstrado na tabela acima, embora a soma dos atores ouvidos provenientes da comunidade internacional tenha tido um espaço maior. Militares e autoridades americanas, entidades supranacionais e lideranças de outros países constavam em 138 boletins, em contraste com apenas 11 em que o governo haitiano era o foco da reportagem. O fato de a maioria dos *scripts* não tocarem em controvérsias e polêmicas reforça o ensejo das agências de produzirem textos mais factualizados, sem entrar no mérito opinativo, dessa forma renovando seus princípios de isenção e credibilidade.

### 5.3 Discussões

A análise de conteúdo aqui concluída, somada às informações inventariadas ao longo desta tese, permitem concluir que, durante a cobertura de eventos de grande apelo midiático, as agências reafirmam outras características, desta vez associadas às suas operações logísticas:

**Relevância:** As agências renovam sua função de *agenda-setting*, na medida em que continuam pautando as outras mídias, determinando os temas a serem discutidos. Como Gaye Tuchman (1983, p. 258) escreveu há mais de 30 anos, os veículos de imprensa têm as agências como referência, como se fossem “um cordão umbilical” do vasto e caótico ninho do

noticiário internacional. Dessa maneira, as emissoras decidem o que é relevante tendo como referencial a avaliação das agências. No domingo 17 de janeiro de 2010, a APTN enviou 21 reportagens em sua rede sobre a tragédia no Haiti e 22 sobre os demais assuntos (notadamente dentro da zona de interesse dos Estados Unidos e da Europa), deixando claro o peso que dava à tragédia comparada com outras ocorrências global (BOYD-BARRETT, 1980).

Na listagem a seguir sobre as reportagens da APTN no domingo 17 de janeiro de 2010, isso fica muito claro:

- 1) Hugo Chávez critica Estados Unidos pelo que chama de ocupação/invasão do Haiti.
- 2) Mensagem de Bill Clinton, George Bush e Barack Obama para o povo haitiano.
- 3) Missas em Porto Príncipe, resumo dos seis dias na capital, vídeo do estudante de Jornalismo da Columbia sobre o momento do tremor.
- 4) Criança nasce em meio aos escombros e é chamada de Israel em homenagem aos bombeiros da equipe israelense.
- 5) Situação dos feridos na República Dominicana.
- 6) Papa manda mensagem às vítimas do tremor direto do Vaticano.
- 7) Situação dos idosos.
- 8) Resumo das entrevistas com os principais *talk-shows* americanos falando sobre a tragédia.
- 9) Procura por sobreviventes continua.
- 10) Partida de tênis na Austrália tem renda revertida para as vítimas do terremoto.
- 11) Atualização da visita da secretária Hillary Clinton ao país.
- 12) Militares americanos chegam às áreas isoladas.
- 13) Distribuição de comida pelo World Food Programme.
- 14) Mais resgates.
- 15) Equipe de resgate da China em ação no Haiti.
- 16) Coletiva da ONU sobre a segurança no país (reprise do sábado).
- 17) Crise nos hospitais da República Dominicana para atender aos feridos.
- 18) Situação das regiões próximas à capital.
- 19) Pelé, da Colômbia, manda recado às vítimas.
- 20) Reencontro de soldado brasileiro com mulher que ele salvou.
- 21) Nos Estados Unidos, a embaixada haitiana em Washington está lotada de doações para o Haiti.

*Outras ocorrências transmitidas pela agência no mesmo dia:*

- 1) Eleições presidenciais no Chile.
- 2) Israel e Turquia numa briga entre diplomatas.
- 3) Visita do papa a uma sinagoga para melhorar relação com judeus.
- 4) Advogado que representa o homem que atirou em João Paulo II diz que o cliente passa por exames.
- 5) Grande incêndio nas Filipinas.
- 6) Terrorista é condenado à pena de morte no Iraque.
- 7) Mau tempo na China causa estragos.
- 8) Coletiva do enviado americano ao Afeganistão.

- 9) Veterano comunista morre na Índia.
- 10) Como foi a votação na Ucrânia.
- 11) Político espanhol comenta ação do FBI em que ele aparece com Bin Laden em pôster.
- 12) Nevascas e acidentes ligados ao mau tempo afetam o norte da Alemanha.
- 13) Shell finaliza acordo para exploração de petróleo no Iraque.
- 14) Chanceler israelense diz que tratamento do diplomata turco foi inadequado.
- 15) Governo mexicano aumenta pressão sobre cartéis de droga.
- 16) Gabinete israelense se reúne no domingo.
- 17) Mais uma rodada de negociações sobre o Irã na ONU não chega a acordo.
- 18) Encerramento da conferência Ásia-América Latina no Japão.
- 19) Príncipe William chega à Nova Zelândia em sua primeira visita oficial.
- 20) Terminal JFK esvaziado depois de alerta de segurança.
- 21) Encontro bilateral entre China e Japão afeta Estados Unidos.
- 22) Obama vai ao culto no domingo e diz que americanos precisam recuperar valores cristãos.

**Organização do noticiário:** Ao mesmo tempo em que influenciam os rumos da cobertura, as agências acabam transformando a profusão de notícias em abundância numa espécie de prateleira invisível, na qual cada reportagem é encaixada em um tema. Tomadas por essa perspectiva, as emissoras passam a estabelecer os diferentes enfoques que serão retratados nos telejornais e organizam quais abordagens devem ser priorizadas a partir de imagens disponíveis pela agência, com ou sem a participação de seus próprios correspondentes.

**Velocidade:** Poucas empresas no mundo teriam a capacidade de irradiar um volume noticioso como aquele escoado pelas agências. Nos primeiros dias do terremoto, assim que chegaram à capital haitiana, as equipes das agências começaram a descarregar constantemente as imagens. No caso da APTN, 22 reportagens sobre o terremoto foram distribuídas no dia 13 de janeiro. No dia seguinte, foram 32. A maior tragédia do Haiti foi uma história em que as agências investiram porque, de fato, o país era de difícil acesso para a maior parte das emissoras mundiais. Tanto a Reuters como a AP já tinham larga experiência em cobrir as crises do país, a partir dos escritórios de Miami ou mesmo de Washington.

**Constância:** Esse é outro dispositivo que indica ao cliente que o noticiário não será interrompido e que as notícias serão atualizadas de modo contínuo, possibilitando longas transmissões ao vivo, conforme discutido no capítulo III.

**Viabilidade:** Como já tem uma rede estruturada de gerações e fibras permanentes de satélite, as agências acabam tornando possível difundir uma quantidade expressiva de informes, inclusive com imagens captadas pelas emissoras estrangeiras que se deslocaram para o Haiti. Dessa maneira, das 377 reportagens separadas para a amostragem, somente 185

foram, de fato, captadas exclusivamente pelos profissionais das agências. 104 eram, na verdade, edições realizadas pelas agências a partir de um material terceirizado (coletado por meio de emissoras privadas ou públicas, que cediam ou vendiam as imagens, a depender da relação com as agências). O restante dos informes misturava parcerias com emissoras americanas, vídeos cedidos por pessoas e ONGs, além de empresas estatais ou supranacionais de comunicação, como a divisão audiovisual da ONU.

**Facilidade:** Além de oferecer toda a logística da cobertura, as agências costumam elaborar avisos de fácil cognição, permitindo que as emissoras associem imediatamente um fato com palavras-chave diante de um mesmo tema. Dessa forma, todos os *feeds* preferencialmente são etiquetados com duas ou três palavras que remetem ao fato, como “Haiti/Tremor/Doações em Gaza” e “Doações/União Europeia/Bélgica”. Nesse caso, se a emissora planeja fazer uma síntese sobre quais países e povos ofereceram ajuda humanitária, sabe que dispõe de pelo menos dois itens a respeito.

**Segurança:** As emissoras também sabem que as agências continuarão alimentando o noticiário mesmo que suas equipes deixem a área do acontecimento. É uma zona de segurança que permite que as emissoras planejem desde coberturas ao vivo até outras não previstas de assuntos correlatos à tragédia. Se as redes de televisão já deslocaram suas equipes para o território onde ocorreu o tremor ou qualquer outro desastre ambiental, muito provavelmente não terão recursos suficientes para enviar mais um grupo de funcionários para outro paralelo. Os avisos a seguir, das reportagens enviadas pela Reuters TV em 17 de janeiro de 2010 e de *flash* ao vivo sobre campanha em favor do Haiti, dois dias antes do show beneficente, exemplificam a dinâmica dos dispositivos aqui tratados:

#### HAITI-EARTHQUAKE (Terremoto no Haiti)

##### EXPECTED: (Previsão de geração)

USA-QUAKE/WYCLEF JEAN Haitian recording star Wyclef Jean holds a news conference to talk about his recent trip to Haiti and make a call to action. He is expected to dispute corruption allegations recently made against his charity ‘Yele Haiti Foundation’.

1168WD-HAITI-QUAKE/BUILDINGS Many still remain trapped beneath collapsed buildings.

##### DELIVERED (in the last 12 hours): (Já gerado nas últimas 12 horas)

1215WD-HAITI-QUAKE/LEOGANE DESTRUCTION Not far from Port-Au-Prince, Haiti, at least 80 percent of the city of Leogane is in ruin. (2014)

1226WD-HAITI-MSF Medicins Sans Frontieres hands out video footage of Haiti quake aftermath. (2036)

1225WD-PERU-QUAKE/HAITI BLESSING Indigenous group performs ritual asking Mother Earth to help victims in Haiti. (2032)

1205WD-HAITI-GERMANS/FIELD HOSPITAL Crew of international doctors fight for lives of Haiti quake survivors. (1938)

1220WD-HAITI-QUAKE/TAIWAN RESCUE TEAM Taiwan rescue team launches search efforts in quake-ravaged Haiti. (1930)

1124WD-HAITI-QUAKE / CLINTON ARRIVAL Former U.S. President Bill Clinton arrives in Haiti. (1925)

1197WD-UN-QUAKE/RELIEF UN Secretary General asks the Security Council for more UN peacekeepers in Haiti (1916)

1203WD-SENEGAL-QUAKE/AFRICAN STATE Senegal's president proposes new African state for homeless Haitians. (1851)

1206WD-HAITI-QUAKE/CATHEDRAL COLLAPSE Brazilian soldier films moments following church collapse in Haiti. (1742)

1202WD-HAITI-QUAKE MSF HOSPITAL Earthquake victims receive treatment at makeshift MSF hospital. (1645)

1180WD-HAITI-QUAKE/AID CLASHES Small clashes break out between UN troops and Haitians during food distribution. FLASHed on RLS at 1435g. (1536)

1171WD-BELGIUM-QUAKE EU AID EU offers 400 million euro quake aid and 140-strong police force for Haiti. (1510)

1123WD-HAITI-QUAKE/SIXTH DAY Haitians scour rubble as Haitian police struggle to keep order. FLASHed on RLS at 1325GMT (1422)

1123WD-HAITI-QUAKE / SIXTH MORNING Haitians wake up to ongoing violence and despair on sixth morning after earthquake. FLASHED 1325g. (1422)

1135WD-BELGIUM-QUAKE EU MINISTERS EU ministers meet to improve Haiti aid. (1246)

1105WD-GAZA-QUAKE DONATIONS Gaza residents including children donate funds and toys to Haiti earthquake victims despite their own hardships. (1134)

20 January 2010 - 22 January 2010

**Advisory: Hope for Haiti Global Telethon**

A global telethon to raise money for victims of Haiti's catastrophic earthquake will air on 22 January 2010 on various networks. The two-hour Hope for Haiti will be led by George Clooney in Los Angeles, Wyclef Jean in New York City and CNN's Anderson Cooper in Haiti.

APTN Entertainment will FLASH highlights from the Hope for Haiti telethon via APTN's satellite network, the Global Video Wire (GVW), on Friday, 22 January 2010:

**0400 to 0430 GMT: FLASH**

Restrictions: APTN Entertainment clients only

If you require further information, please contact:

APTN Entertainment

Email: [APTN Entertainment](mailto:APTNEntertainment@aptn.com)

Tel: +44 (0)20 7482 7539/40/41

Fax: +44 (0)20 7413 8362

Deseja-se concluir este capítulo insistindo num ponto: depois que as emissoras jornalísticas deixaram o Haiti, duas semanas após o tremor, somente as agências internacionais e a rede de televisão americana CNN continuaram nutrindo os relatos internacionais com o drama da população haitiana, sucumbida a mais um vácuo político e diante de outra tragédia. No dia 28 de janeiro de 2010, a APTN ainda conseguiu produzir seis reportagens sobre o país, enquanto a maioria dos telejornais do mundo já havia dado o assunto por encerrado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

*[...] Seria possível dizer que isso parece menos uma aldeia global que uma pilhagem global.<sup>279</sup>*

As agências aqui estudadas ainda têm um longo caminho para conquistar um espectro mais equitativo acerca de seus informes, processo que, em certa medida, está sendo acelerado pelas manifestações claras de contrafluxos informacionais possibilitadas com a internet. É possível afirmar que a maior parte das reportagens da APTN e Reuters TV tem ligações diretas ou indiretas com os Estados Unidos e os países membros da Europa Ocidental.

Ao explorar como funciona o negócio entre as emissoras e as agências, ao cruzar esses dados com as informações cedidas pelas empresas e pelos seus dirigentes, ao visualizar o resultado obtido com a análise de conteúdo desenvolvida a partir de 1.134 reportagens em três amostras distintas, confirmou-se a hipótese central deste estudo: a de que as notícias divulgadas pela APTN e pela Reuters TV são determinadas pelos interesses dos seus maiores clientes, as emissoras instaladas nas elites econômicas e políticas do mundo.

Verificando-se um dia sem notícias de grande impacto no noticiário internacional em 84 reportagens previamente selecionadas, foi constatado que 30% se referiam à América do Norte, 27% à Europa Ocidental, 25% à Ásia, 14% às Américas do Sul, Central e à região do Caribe, e 6,5% à África. Diplomacia internacional foi o item mais bem colocado na preferência de temas, enquanto educação, cultura e história se situaram entre os últimos lugares, perpetuando os padrões de noticiabilidade já identificados nos anos 1970.

Numa segunda amostra, desta vez escolhida aleatoriamente e composta de 673 *scripts*, observou-se que 30,6% das reportagens tinham imbricações diretas com os Estados Unidos. O Brasil estava representado em 1,9% das notícias, sendo que mais da metade das reportagens gravadas aqui falavam de temários de interesse norte-americano.

Na terceira e última amostra, o recorte foi a primeira semana de cobertura do terremoto do Haiti. A partir da avaliação de 377 *scripts*, pôde-se inferir que a política externa americana, sobrecarregada de múltiplos interesses, dominou e comandou os enquadramentos da cobertura, cujo maior foco, além do drama humano, era o que as superpotências fariam para instaurar a ordem num país em decomposição.

Por constituírem empresas midiáticas comerciais, as agências miram primeiramente seus orçamentos antes de lançarem suas equipes ao campo, sempre considerando o que, de

---

<sup>279</sup> Anthony Giddens (2003, p. 26).

fato, vai contemplar a maior parcela dos clientes (entre 500 e 600 emissoras de televisão espalhadas por mais de 100 países). A pressão desses clientes-assinantes está presente em todos os níveis estabelecidos dentro do processo de transformação de uma ocorrência em uma notícia audiovisual. É necessário frisar que, apesar das agências divulgarem de 200 a 300 vídeos por dia, muitos deles são reciclados ou repetidos contendo de 30 a 60 temas realmente diferenciados<sup>280</sup>.

Do ponto de vista das operações logísticas, esta tese traçou as mudanças estruturais das duas agências, que até 2012 devem disponibilizar na internet toda a produção de vídeos, deixando para trás as gerações por meio de satélites. A principal mutação tecnológica das agências foi ter conseguido criar sistemas que escoam as imagens pela rede mundial de computadores. Mais de 70% das imagens captadas pelas equipes da APTN e da Reuters TV agora são enviadas aos pontos nodais das agências (Londres, Washington, Bangkok, Cingapura) via Protocolo de Internet, o IP.

Em função desse novo cenário logístico, o profissional da agência também não é apenas um correspondente com uma única função. É um jornalista obrigado a saber apurar, filmar e editar (*one man crew* ou *news person*). Ele vai a campo com *laptops* e telefones de satélite, transmitindo suas imagens diretamente de quartos de hotéis, cibercafés e qualquer lugar com acesso de banda larga. Esse é um ambiente que John Pavlik (2001, p. 119) já mencionava no início dos anos 2000, afinal, “toda ideia de uma sucursal fixa voa pela janela, não tem mais sentido”.<sup>281</sup>

Ainda com relação às mudanças tecnológicas e editoriais, sustenta-se aqui que as agências solucionam os problemas estruturais das emissoras de televisão, ao oferecerem uma cobertura baseada em sete dispositivos logísticos (relevância, organização do noticiário, velocidade, viabilidade, constância, segurança e facilidade).

No que tange à influência dos avanços tecnológicos sobre os critérios editoriais, esta tese não conseguiu avançar significativamente. O que se tentou explorar neste projeto foi revelar o paradoxo das agências: agora dotadas de tecnologia barata para expandir o leque de países retratados em seus informes, mas que ainda continuam sintonizadas com os interesses econômicos e políticos hegemônicos.

Há, no entanto, evidências empíricas de que existe uma disposição conceitual em garantir uma maior variedade de países nas esferas de interesse das agências, porém, não foi

---

<sup>280</sup> A APTN garante transmitir de 65 a 80 histórias por dia. Cf. <[www.aptn.com/80256FE80050E128/\(httpPages\)/CD77B7EFEF4E294C80256FE9005427E3?OpenDocument](http://www.aptn.com/80256FE80050E128/(httpPages)/CD77B7EFEF4E294C80256FE9005427E3?OpenDocument)> Acesso em: 10 jul. 2011. Mas nos fins de semana este índice cai pela metade.

<sup>281</sup> Tradução livre para “The idea of bureau goes out of the window”.

possível responder a essa questão de modo mais contundente, apesar da promessa de seus dirigentes, como o diretor da APTN, Nigel Baker (2009, p. 38):

[...] Toda ameaça é também uma oportunidade. Então a tecnologia está também permitindo que as agências intensifiquem a velocidade e a frequência de reportagens sobre as regiões mais hostis do mundo ou locações anteriormente inacessíveis.<sup>282</sup>

Um caminho para elucidar essa dicotomia seria, talvez, criar um projeto mais amplo, por um período maior de observação, envolvendo pesquisadores de diversos países e conseguindo a permissão das agências para aferir se países pobres e distantes da elite política e econômica passaram a ter voz no mapa do mundo desenhado diariamente pelas agências.

Esta tese também postula que as agências de notícias exerceram cinco papéis controversos ao longo de suas operações: incentivaram a formação de Estados-nação, mediaram tensões diplomáticas, inspiraram outros grupos midiáticos a implantarem novas tecnologias, criaram produtos que se adequavam à demanda das emissoras e reforçaram outros três compromissos vitais atrelados aos seus produtos: a *multiplicidade de vozes*, a *isenção* e a *credibilidade*.

No entanto, essas três características podem se revelar esvaziadas em determinadas coberturas, especialmente em tragédias envolvendo nações à margem das superpotências. Podem ser mais uma estratégia de marketing para atrair emissoras-assinantes do que propriamente uma promessa cumprida. Na esfera discursiva, a própria ausência de divergências, conflitos e confrontos é um posicionamento. A predileção por fontes oficiais é em si uma opção mercadológica e ideológica. Vale lembrar que só as agências e grandes emissoras mundiais formam os chamados *pools* de cobertura telejornalística, tendo acesso exclusivo a governantes e autoridades. Acesso que nenhum cidadão comum teria.

Fica claro, neste estudo, que é complexo combinar os interesses das emissoras-clientes com os das agências, que, afinal, precisam manter a marca da isenção e ao mesmo tempo conservar o negócio de maneira viável. O resultado é que os despachos audiovisuais tendem a oferecer reportagens meramente descritivas, que se desviam do sujeito e focam em processos. Decisões assim são sinais de que as escolhas políticas e comerciais foram feitas anteriormente pelas agências (caso do Haiti, por exemplo). O desprezo pela África como notícia também é um indicativo de que as agências têm metas incompatíveis com a mercantilização de seus próprios informes noticiosos. Onde, afinal, está a relevância dos fatos? E relevante para

---

<sup>282</sup> “[...] Every threat is an opportunity – and technology is also enabling the international agencies to increase the speed and frequency of reporting from some of the world’s most hostile and inaccessible locations.”

quem? A ocidentalização da notícia não seria também a colonização de mentalidades, de uma histórica subserviência cultural aos critérios de seletividade já estabelecidos pelos epicentros?

Octavio Ianni (2006) provoca: na verdade, a globalização macluhiana chegou ao século 21 sob a égide da indústria cultural pensada pelos teóricos frankfurtianos. Nada mais simbólico que, alçada a uma mercadoria globalizada, a notícia deixou de ser tratada no viés da cultura para ser encarada como uma *commodity*. No debate político-acadêmico, o fluxo de informação, antes discutido e criticado no âmbito da UNESCO, se deslocou para a Organização Mundial do Comércio, a OMC.

Outro argumento levantado aqui é de que a APTN e a Reuters TV varreram e desencorajaram a entrada de possíveis concorrentes de peso estendendo seus tentáculos à medida que reforçavam as redes de dependência em torno dos seus serviços. Assumiram, sem constrangimentos, o papel de “atravessadoras” da notícia telejornalística, intermediando a venda em massa da informação extraída da rede de clientes.

Reprocessando o que já foi processado localmente, as agências correm riscos de potencializar distorções regionais. Cobrir o país gigante como o Brasil com poucos profissionais pode, por exemplo, significar a mera replicação de um conteúdo terceirizado, também vulnerável a ciclos mais perversos de desigualdades (políticas, econômicas ou culturais). As duas empresas têm, cada uma, cerca de 90 sucursais<sup>283</sup> para dar conta de todo o planeta. No caso da APTN, apenas uma produtora/repórter/editora responde pelo Brasil, a partir da base instalada no Rio de Janeiro. O resultado é que o fenômeno de seleção (filtros locais) se repete: as agências se baseiam em notícia de segunda mão, reciclando ou simplesmente copiando os critérios de noticiabilidade já estabelecidos por grupos midiáticos nacionais.

Entrementes, o barulho do telex não é mais o som que ecoa nas redações das emissoras e jornais. Se, durante décadas, apenas os despachos das agências eram monitorados pelos redatores internacionais, hoje as atenções dos jornalistas se voltam para os monitores de televisão sintonizados nos canais de notícia por assinatura, como a CNN Internacional, a BBC e a Globo News. As agências perderam a exclusividade do furo jornalístico e tentam reagir à nova gama midiática global. No entanto, também se fortaleceram na esteira do desmonte gradual dos escritórios das grandes empresas de comunicação no exterior, resultado dos cortes

---

<sup>283</sup> Paterson (2011) explica que esses números oscilam conforme zonas e fluxos de interesse sazonais. Dubai, que não teria sido uma sucursal da APTN trinta anos atrás, hoje é. Belgrado, apesar de ser bastante produtivo durante a Guerra dos Bálcãs, é bem menos produtivo que o escritório de Pequim, o único da China, situação que provoca uma dependência significativa da TV local chinesa, a CCTV.

orçamentários em função da queda de audiência, sob o impacto da irrupção de novas mídias incubadas no seio da revolução digital.

As políticas neoliberais de desregulamentação de propriedades midiáticas a partir dos anos 1990 permitiram o que Oliver Boyd-Barrett (1998) definiu como “uma nova colonização” (agora, do espaço). Todas essas mudanças impelidas com a globalização forjaram a expansão de canais por assinatura ou a cabo, que precisam alimentar sua programação com conteúdos noticiosos internacionais. As agências foram igualmente favorecidas pela privatização dos satélites, que derrubou a última barreira estrutural para cobrir o mundo em tempo real, 24 horas por dia.

Desde que a comoditização da notícia se inseriu no contexto internacional, ainda no século XIX, as agências Associated Press e Reuters se mantiveram vivas em função de suas parcerias nacionais. A Reuters, por exemplo, dependia da Press Association (PA) para nutrir seus despachos sobre o que ocorria na Inglaterra, e a PA dependia da Reuters para receber informes de outros países. Na época da Visnews e da UPITN, antecessoras da APTN e da Reuters TV, as agências só conseguiam viabilizar seus negócios comprando e trocando imagens e entrevistas com emissoras locais, regionais e internacionais. O escambo e o intercâmbio são fundamentais para ajudar a alimentar a cadeia informacional mundial.

Outra conclusão a que este estudo chega é a de que as agências hoje enfrentam novas ameaças de empresas que se comportavam até então como competidoras no fornecimento de fotos e texto. A EFE e a Agence France Presse (AFP) já divulgaram investimentos consideráveis em segmentos audiovisuais e pretendem disputar um lugar nesse mercado de notícias voltadas para os portais da internet e as emissoras de televisão. A CNN Internacional também já deu sinais de que está disposta a quebrar o duopólio AP-Reuters. Cancelou o contrato com a Reuters TV e investe na captação de clientes que estejam dispostos a assinar também os serviços da Newsource, sua agenciadora de conteúdos<sup>284</sup>. A Newsource gera, por meio de satélite, reportagens sem tratamento que podem ser utilizadas por emissoras, de modo flexível, sem a faixa amarela com o logotipo que a consagrou. Em síntese, a CNNI é agora uma cliente e competidora, alterando completamente a gênese tradicional do comércio de notícias, antes separado por dois grupos: os *varejistas* e os *atacadistas*.

Um grupo midiático tem um lugar especial neste ecossistema telejornalístico: a rede catariana Al-Jazeera. A emissora árabe, mantida pelo Emir do Catar, não é uma agência de notícias do Oriente Médio, como a turca Ihlas. No entanto, por dar outra dimensão ao

---

<sup>284</sup> Dado obtido em entrevista realizada em 2010, portanto, sujeito às alterações contratuais entre as referidas empresas.

chamado jornalismo cidadão, por abrir mão da qualidade de imagem e dar vazão ao ciberativismo, vem transformando o panorama do telejornalismo internacional, especialmente nos últimos dois anos, com a divulgação de vídeos gravados por celulares de ativistas que protestavam contra a reeleição do presidente iraniano Mahmoud Ahmadinejad, em 2009, e nas revoluções que derrubaram ditadores árabes, no norte da África e no Oriente Médio, no primeiro semestre de 2011. Todavia, não é possível afirmar, neste estudo, que as agências intensificaram o uso de imagens de terceiros em seus informes em decorrência do chamado *efeito Al-Jazeera*, nos termos categorizados por Seib (2008). A assertiva que pode ser feita aqui é de que agora há mais atores que reivindicam um olhar isento sobre o mundo de sete bilhões de habitantes.

No que diz respeito à natureza dos negócios, esta tese mostrou o início das atividades das agências em plataformas acessadas diretamente pelo consumidor, incluindo em vídeos anúncios, ou seja negociando nos termos que seus concorrentes (veículos). As duas agências já desenvolveram, por meio de seus departamentos multimídias, aplicativos para telefones celulares, sem a intermediação de empresas, e reconheceram a importância das redes sociais, criando seus espaços no Twitter e Facebook. Contudo, esse tipo de imagem colhida por terceiros apresenta perigos e armadilhas. O que ocorre atualmente é que as imagens captadas por celular se tornam adjacentes ao material colhido pela própria agência ou por uma emissora parceira, tornando a reportagem internacional cada vez mais híbrida – aquilo que Steven Livingstone (2007) chama de suscetível ao “efeito Nokia”. Vale lembrar que, em muitos países, a imprensa ainda é impedida de trabalhar de forma pacífica. Os recentes conflitos árabes foram, em larga medida, cobertos apenas por meio das redes sociais. Todavia, as agências tentam renovar seu capital social justamente num ambiente comunicacional que coloca a informação em tempo real em constante dúvida. As agências continuam favorecendo as fontes oficiais, não querendo colocar em risco a acuidade e a credibilidade, “patrimônios” cada vez mais cultivados por elas. Durante a primeira semana de cobertura do terremoto do Haiti, por exemplo, das 377 reportagens analisadas para esta tese, apenas 16 continham vídeos amadores gravados por indivíduos e organizações humanitárias.

Pesquisas posteriores poderiam estabelecer correlações entre o aproveitamento de imagens de terceiros pelas agências: Afinal, como o conteúdo é reprocessado e finalmente recebido pelo telespectador?

Similarmente, seria interessante saber, em futuras investigações, se as empresas jornalísticas corroboram com a percepção das agências de que, sem a intermediação e

legitimação das agências, jamais assumiriam o risco de exibir imagens de autenticidade não confirmada.

Outro caminho de pesquisa a ser desenvolvida no Brasil seria avaliar como as agências internacionais ajudam a construir a visão do outro, o estrangeiro, talvez por uma linha de pesquisa que dimensione a construção da realidade, o recorte do estrangeiro proposto pelas agências, algo que a Economia Política da Comunicação não consegue abarcar. Greg Philo (2004), avaliando a imagem de alguns países terceiro-mundistas na Grã-Bretanha, se disse chocado com o que chamou de produção em massa da ignorância, especialmente sobre a Índia.

Além dos estudos de recepção e análise de discurso dos despachos difundidos pelas agências, haveria também uma avaliação ampla dos atores e países que dominam os telejornais brasileiros, que agora demonstram poderosa mobilidade para cobrir, com seus próprios correspondentes, os conflitos mundiais. Laurindo Leal Filho (1992) já demonstrou – com uma amostragem pequena e feita dentro de outro contexto político e tecnológico – que a Europa era objeto, por questões culturais e macroeconômicas, de cobertura mínima em três telejornais brasileiros. Se a mídia internacional emudece diante de algumas nações, o Brasil estaria em sentido oposto? Ou, pelo contrário, o Brasil estaria repetindo filtros de desigualdade, ignorando, por exemplo, a Bolívia e o Peru?

Ao longo dos quatro anos da pesquisa aqui concluída, buscou-se dimensionar o papel das agências internacionais de notícias para o telejornalismo global. Espera-se ter contribuído para o estudo dessas empresas no Brasil, problematizando suas contradições no atual ecossistema noticioso e, dessa forma, oxigenando um campo negligenciado no país. As agências de notícias têm agora a chance de entrar para a história quebrando tabus invioláveis, usando a tecnologia para corrigir assimetrias comunicacionais e recuperando aquilo que foi sua marca: olhar o mundo para além de nossas fronteiras e lembrar que fazemos parte de uma mesma humanidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, William. **Television coverage of international affairs**. New Jersey: Ablex Corporation, 1982.

AGUIAR, Pedro. **Jornalismo internacional em redes**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio/Secretaria de Comunicação, 2008.

\_\_\_\_\_. Notas para uma história do jornalismo de agências. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2009, 15p. Fortaleza: Rede Alfredo de Carvalho, 2009. p. 33-49.

\_\_\_\_\_. **Sistemas internacionais de informação Sul-Sul: do pool não alinhado à comunicação em redes**. Rio de Janeiro, 2010, 136p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

ALSINA, Miquel **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. São Paulo: Forense Universitária, 2001.

ARSENAULT, Amélia; CASTELLS, Manuel. The structure and dynamics of global multi-media business networks. **International Journal of Communication**, p. 707-748, 2008. Disponível em: <<http://ijoc.org>>. Acesso em: 25 jan. 2010.

ASSOCIATED PRESS. **Breaking news: how the Associated Press has covered war, peace and everything else**. Nova York: Princeton Architectural Press, 2007.

AUGÉ, Marc. **Por una antropología de la movilidad**. Barcelona: Gedisa, 2007.

BAGDIKIAN, Ben. **The new media monopoly**. Boston: Beacon Press, 2004.

BAKER, Nigel. Invisible giants, quiet revolution. In: PATERSON, Chris; SRENBERRY, Anabelle (Ed.). **International news in the twenty-first century**. Eastleigh: John Libbey, 2004. p. 63-78.

\_\_\_\_\_. Technology, timeliness and taste: the battlefronts for the twenty-first century. In: OWEN, John; PURDEY, Heather (Ed.). **International news reporting: frontlines and deadlines**. West Sussex: Blackwell, 2009. p. 38-55.

BALDESSAR, Maria José. **A ordem invertida: o fluxo internacional de notícias a partir do advento da internet**. São Paulo, 2006. 229p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes (ECA), Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2006.

BARBOSA, Carlos Alberto; RABAÇA, Gustavo. **Dicionário da comunicação**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1993.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARKHO, Leon. The Arabic Al-Jazeera vs Britain's BBC and America's CNN: who does journalism right? **American Communication Journal**, v. 8, nov. 2006.  
Disponível em: <<http://acjournal.org/holdings/vol8/Fall/>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Tempos Líquidos**. São Paulo: Jorge Zahar, 2007.

BECK, Ulrich. **World at risk**. Cambridge: Polity, 2009.

BERELSON, Bernard. **Content analysis in communication research**. Nova York: Free Press, 1952.

BERGER, Arthur Asa. **Media analysis techniques**. London : Sage, 1982.

BIELSA, Esperança; BASSNETT, Susan. **Translation in global news**. New York: Routledge, 2009.

BOLAÑO, César. Impactos sociais e econômicos das tecnologias da informação e da comunicação. In: JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério Cruz; BENEVENUTO JR., Álvaro (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia**. Salvador: Ed. UFBA, 2005. p. 37-66.

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy *et al.* **Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 21-40.

BOYD-BARRETT, Oliver. **The international news agencies**. Beverly Hills: Sage Publications, 1980.

\_\_\_\_\_. Media imperialism reformulated. In: THUSSU, Daya Kishan (Ed.). **Electronic empires: global media and local resistance**. London: Arnold, 1998. p. 157-174.

\_\_\_\_\_. Final report of the Workshop on News Agencies in the Era of the Internet. Paris: UNESCO, 2001. Disponível em:  
<[http://www.unesco.org/webworld/publications/news\\_agencies/news\\_agencies.rtf](http://www.unesco.org/webworld/publications/news_agencies/news_agencies.rtf)>. Acesso em: 22 jan. 2010.

\_\_\_\_\_. State news agencies: a time for re-evaluation? In: AUSTRIA PRESS AGENTUR (Ed.). **The various faces of reality: values in news (agency) journalism**. Vienna: Studien Verlag, 2002a. p. 79-89.

\_\_\_\_\_. Towards the "new model" news agency. In: AUSTRIA PRESS AGENTUR (Ed.). **The various faces of reality: values in news (agency) journalism**. Vienna: Studien Verlag, 2002b. p. 91-96.

\_\_\_\_\_. **News agencies in the era of the internet**. Conferência da Oana, Jacarta, 2007.

\_\_\_\_\_. News agencies majors: ownership, control and influence reevaluated. **Journal of Mass Communication**, v. 1, n. 1, 2008.

\_\_\_\_\_. **National news agencies in the turbulent era of the internet**. Barcelona: Government of Catalonia, 2010.

BOYD-BARRETT, Claudia; BOYD-BARRETT, Oliver. 24/7 news as counter hegemonic soft power. In: CUSHION, Stephen; LEWIS, Justin **The rise of 24-hour news television: global perspectives**. Oxford: Peter Lang, 2010.

BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Terhi (Ed). **The globalization of news**. Londres: Sage, 1998.

\_\_\_\_\_. News agency foreign correspondents. In: TUNSTALL, Jeremy (Ed.). **Media occupations and professions: a reader**. New York: Oxford University Press, 2001. p. 127-143.

\_\_\_\_\_. News agencies as news sources: a re-evaluation. In: PATERSON, Chris; SRENBERRY, Anabelle (Ed). **International news in the twenty-first century**. Eastleigh: John Libbey, 2004. p. 31-46.

\_\_\_\_\_. Global and national news agencies: threats and opportunities in the age of convergence. In: DE BEER, Arnold; MERRILL, John (Ed.). **Global journalism: topical issues and media systems**. 5. ed. Boston: Allyn and Bacon, 2008. p. 157-176.

BOYD-BARRETT, Oliver; THUSSU, Dhaya Kishan. **Contra-flow in global news: international news exchange mechanisms**. Londres: John Libbey, UNESCO, 1992.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social na mídia: de Gutenberg à internet**. São Paulo: Jorge Zahar, 2004.

CARROLL, Jill. **Foreign news coverage: the U.S. media's undervalued asset**. Joan Schorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, 2006. Disponível em: <<http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2771/D39.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005a. v. 1

\_\_\_\_\_. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005b. p. 255-288.

CERQUEIRA, Luiz Augusto Egypto de *et al.* **Um estudo sobre a situação atual da indústria jornalística brasileira**. Brasília: UNESCO, 2010. v. 4. Disponível em: <[http://www.unesco.org/pt/brasil/dynamic-content-single-view/news/indicadores\\_da\\_qualidade\\_da\\_informacao\\_jornalistica\\_serie\\_debates\\_ci\\_numeros\\_3\\_a\\_6/back/9669/cHash/2e97ff3a7b/](http://www.unesco.org/pt/brasil/dynamic-content-single-view/news/indicadores_da_qualidade_da_informacao_jornalistica_serie_debates_ci_numeros_3_a_6/back/9669/cHash/2e97ff3a7b/)>. Acesso em: 5 jan. 2011.

CHANG, Tsan-Kuo. Changing global media landscape, unchanging theories? In: GOLAN, Guy; JOHNSON, Thomas; WANTA, Wayne (Ed.). **International media in a global age**. New York: Routledge, 2010. p. 8-33.

CHOI, Young Jae. **A new trend in Asian news flows**. OANA Summit, Seul, abril 2010. p. 107-110.

CLARE, John. **Town criers in the global village**: an analysis of the major factor affecting the newsmaking processes in international television news agencies. Leicester, 1997, 68p. Dissertação (Mestrado), University of Leicester, 1997.

COHEN, Akiba *et al.* **Global newsrooms, local audiences**: a study of the Eurovision News Exchange. Londres: Libbey, 1996.

COLLING, Leandro. Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados. **Revista FAMECOS**, n. 14, Abril, 2001, p.88.

COTTLE, Simon. **Global crisis reporting**: journalism in the global age. Berkshire: Open University Press, 2009.

CUSHION, Stephen. Three phases of 24 hour news television. In: CUSHION, Stephen; LEWIS, Justin. **The rise of 24-hour news television**: global perspectives. Oxford: Peter Lang, 2010.

DAVIES, Nick. **Flat Earth news**: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media. London: Chatto & Windus, 2008.

DÍAZ RANGEL, Eleazar. **Pueblos sub-informados**. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1967.

DOWBOR, Ladislau. Economia da comunicação. In: DOWBOR, Ladislau *et al.* (Org). **Desafios da globalização**. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 47-61.

ENTMAN, Robert. Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. **Journal of Communication**, v. 41, n. 4, p. 6-27, 1991.

\_\_\_\_\_. Framing: towards clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, New York, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

ERBOLATO, Mário. **Técnica de codificação em jornalismo**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2002.

ESPERIDIÃO, Maria. **Foreign news reporting in Brazil**: a case-study of TV Globo. Cardiff, 1997, 67p. Dissertação (Mestrado em Estudos do Jornalismo). Centre for Journalism Studies, University of Wales, Cardiff, 1997.

\_\_\_\_\_. A era do kit-correspondente: tendências da cobertura internacional no telejornalismo brasileiro. **Estudos de Jornalismo & Relações Públicas**, ano 5, n. 10, p. 81-93, 2007.

ESPERIDIÃO, Maria; RENÓ, Denis Porto. Tecnologia, internet e eleições americanas: Obama no front do ciberespaço. **Razón y Palabra**, v. 63, p. 1-14, 2008.

FADUL, Anamaria. A internacionalização da mídia brasileira. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v. 30, p. 67-91, 1998. Disponível em: <[http://editora.metodista.br/COM30/cap\\_03.pdf](http://editora.metodista.br/COM30/cap_03.pdf)>. Acesso em: 12 abr. 2008.

FAHMY, Shahira. How could so much produce so little? Foreign affairs reporting in the wake of 09/11. In: GOLAN, Guy; JOHNSON, Thomas; WANTA, Wayne (Ed.). **International media in a global age**. New York: Routledge, 2010. p. 147-155.

FALCIANO, Flávio. **Fluxo internacional de notícia na rádio CBN de São Paulo**. São Bernardo do Campo, 1999. 300p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1999.

FARHI, Paul. A costly mistake? **American Journalism Review**, maio 2009. Disponível em: <<http://www.ajr.org/Article.asp?id=4730>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

FECHINE, Yvana. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: DUARTE, Elisabeth; CASTRO, Maria Lília (Org.). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 139-154.

FECHINE, Yvana; ABREU, Luisa. Por uma sintaxe do telejornal: uma proposta de ensino. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p. 263-275, 2009.

FENBY, Jonathan. **The international news service**. Nova York: Schocken Books, 1986.

FIALKA, J. **Hotel warriors: covering the Gulf War**. Baltimore: John Hopkins University Press, 1991.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: understanding new media**. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **O jornalismo no conglomerado de mídia: reestruturação produtiva sob o capitalismo global**. Porto Alegre, 2005, 350p. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2005.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 280-304.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. A atualidade no jornalismo. [S.l. : s.n.], jun. 2000. Disponível em: <<http://www.crisluc.arq.br/A%20atualidade%20no%20jornalismo.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari H. The structure of foreign news. In: TUNSTALL, Jeremy (Org.). **Media sociology: a reader**. Chicago: University of Illinois Press, 1970, p. 259-263.

GALVANI, Maria Denise Guedes. **Vício, pobreza e poder: democratização no Haiti**. São Paulo, 2005. 110p. Livro-reportagem (Graduação em Comunicação Social), Escola de Artes e Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. Nova York: Vintage, 1979.

GERBNER, George; MARVANYI, George. The many worlds of the world's press. In: RICHARD, Jim; ANDERSON, Michael. **Crisis in international news: policies and prospects**. Londres: Columbia University Press, 1981. p. 184-196.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

\_\_\_\_\_. **Mundo em descontrole**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

GIFFARD, Anthony. Alternative news agencies. In: BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Terhi (Ed.). **The globalization of news**. Londres: Sage, 1998. p. 191-201.

GILBOA, Eytan. The CNN Effect: the search for a communication theory of international relations. **Political Communication**, n. 22, p. 27-44, 2005. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/7156306/Gilboa-The-CNN-Effect>>. Acesso em: 20 abr. 2010.

GILLMOR, Dan. **We, the media: grassroots journalism by the people for the people**. Sebastopol O'Reilly Media, 2004. Disponível em: <<http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>>. Acesso em: 23 fev. 2009.

\_\_\_\_\_. **Mediactive**. [S.l. : s.n.], 2010. Disponível em: <[http://mediactive.com/wp-content/uploads/2010/12/mediactive\\_gillmor.pdf](http://mediactive.com/wp-content/uploads/2010/12/mediactive_gillmor.pdf)>. Acesso em: 17 jan. 2011.

GINNEKEN, Jaap van. **Understanding global news: a critical introduction**. London: Sage, 1998.

GÓES, Laércio Pedro Torres. **Agências internacionais na web: um estudo das características da Adital, Carta Maior e IPS**. Salvador, 2008, 337p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

GONZÁLEZ, Toni Cambra. La web 2.0 com a distopia en la recent internet. **Revista Textos de la CiberSociedad**, 2007. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net>>. Acesso em: 11 set. 2010.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 7. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

\_\_\_\_\_. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. Vol. III: Maquiavel: Notas sobre o Estado e a Política.

HACHTEN, William. **The world news prism: changing media of international communication**. 4. ed. Ames: Iowa State University Press, 1996.

HAMELINK, Cees. Information imbalance across the globe. In: DOWNING, John *et al.* (Ed.). **Questioning the media**. California: Sage, 1990. p. 293-308.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

HARRIS, Phil. **Reporting Southern Africa: Western news agencies from Southern Africa**. Paris: UNESCO, 1981.

HARRISON, Martin. A window on the world? Foreign coverage by a British radio current affair program. **Critical studies in mass communication**, n. 3, v. 4, p. 409-428, 1986.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 17. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENNETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 123-142.

HERMAN, Edward; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público**. São Paulo: Futura, 2003.

HESS, Stephen. **International news and foreign correspondents**. Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1996.

HESTER, Al. Five years of foreign news on US television evening newscasts. **Gazete**, n. 14, p. 87-95, 1978.

\_\_\_\_\_. The collection and flow of world news. In: MERRILL, John C. **Global journalism: survey of international communication**. Nova York: Longman, 1991. p. 29-50.

HJAVARD, Stig. TV news exchange. In: BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Terhi (Ed.). **The globalization of news**. London: Sage, 1998b. p. 202-226.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério Cruz; BENEVENUTO JR., Álvaro (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia**. Salvador: Ed. UFBA, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Alephe, 2009.

JOHNSTON, Carla Brooks. **Global news access: the impact of new communications technologies**. Westport: Praeger, 1998.

\_\_\_\_\_. **Winning the global TV news game**. Newton: Focal Press, 1995.

KALBFELD, Brad. **Broadcast news handbook: a manual of techniques & practices**. Nova York: Associated Press, 2001.

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KHANNA, Parag. **O segundo mundo: impérios e influência na nova ordem global**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.

KRIPPENDORF, Klaus. **Metodologia de analisis de contenido: teoria y practica**. Barcelona: Paidós, 1990.

\_\_\_\_\_. **Content Analysis: an introduction to its methodology**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2004.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo norte e sul: manual de comunicação**. São Paulo: Edusp, 2002.

KUNSCH, Dimas. **O eixo da incompreensão: a guerra do Iraque nas revistas semanais brasileiras de informação**. São Paulo, 2004, 285p. (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 2.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1982.

LAGO, Cláudia. Antropologia e jornalismo: uma questão de método. In: LAGO, Cláudia; BENNETTI, Marcia (Org). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 48-66

LARSON, James. **Television window of the world: international affairs coverage on the U.S. networks**. 2. ed. New Jersey: Ablex, 1987.

LAVILLE, Camille. Agence France Presse in French and global contexts. In: BOYD-BARRETT, Oliver (Ed.). **National news agencies in the turbulent era of the internet**. Barcelona: Government of Catalonia, 2010. p. 70-86.

LEAL FILHO, Laurindo. Europe in Brazilian TV News. **Brazilian Communication Research**, Yearbook 1, p.58-68, 1992.

\_\_\_\_\_. **A melhor TV do mundo**. São Paulo: Summus, 1997.

\_\_\_\_\_. **Vozes de Londres: memórias brasileiras da BBC**. São Paulo: Edusp, 2008.

LÉVY, Pierre. Pela democracia. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. 3.e d. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 367-384.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEHMAN-WILZIG, Sam; COHEN-AVIGDOR, Nava. The natural life cycle of new media evolution. **New Media & Society**, v. 6, n. 6, 2004, p. 707-730.

LEHMAN-WILZIG, Sam; MICHEAL, Seletzky. Hard news, soft news, general news: the necessity and utility of an intermediate classification. **Journalism: Theory, Practice and Criticism**, v. 11, n. 1, p. 37- 56, 2010.

LI, Charlene; BERNOFF, Josh. **Fenômenos sociais nos negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LIVINGSTONE, Steven. The Nokia effect: the reemergence of amateur journalism and what it means for international affairs. In: PERMULTTTER, David; HAMILTON, John Maxwell

(Ed.). **From pigeons to new portals: foreign reporting and the challenges of new technology.** Louisiana: Louisiana State University Press, 2007. p. 47-65.

LUSA. **Agências de notícias de Portugal.** Lisboa: Lusa, 2007.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, Claudia; BENNETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 199- 222.

MACNAMARA, Jim. **Media content analysis, its uses, benefits and best practice methodology.** Austrália, 2006. Disponível em <<http://www.carmaapac.com/downloads/Media%20Content%20Analysis%20Research%20Paper.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2007.

MALHOTRA, Naresh. **Marketing research: an applied orientation.** New Jersey: Prentice-Hall, 1993.

MANOVICH, Lev. **The language of new media.** Cambridge: The MIT Press, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècle.** São Paulo: Scritta, 1993.

MARQUES, Márcia. **As mudanças nas rotinas de produção das agências de notícias com a consolidação da internet no Brasil.** Brasília, 2005, 129p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional.** São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. MacBride, a NOMIC e a participação latino-americana na concepção de teses sobre a democratização da comunicação. **LOGOS 28: Globalização e Comunicação Internacional**, ano 15, p. 42-59, 2008. Disponível em: <[http://www.logos.uerj.br/PDFS/28/03\\_josemarques.pdf](http://www.logos.uerj.br/PDFS/28/03_josemarques.pdf)>. Acesso em: 8 fev. 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2001.

MATTA, Fernando Reyes. The concept of news in Latin America: dominant values and perspectives of change. In: UNESCO. **Reports and papers on mass communication.** Paris: UNESCO, 1980. n. 85, p. 39-51.

MATTELART, Armand. **La invención de la comunicación.** Barcelona: Bosch, 1995.

\_\_\_\_\_. Rumo a que nova ordem mundial de informação? In: TRAMONTE, Cristina *et al.* (Org.). **A comunicação na aldeia global: cidadãos do mundo face à explosão dos meios de comunicação.** Rio de Janeiro: Vozes, 2005. p. 237-245.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação.** 6. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

McCHESNEY, Robert. **Rich media**: poor democracy: communication politics is dubious times. Illinois: University of Illinois Press, 2000.

\_\_\_\_\_. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 217-242.

\_\_\_\_\_. **The political economy of media**: enduring issues, emerging dilemmas. New York: Monthly Review Foundation, 2008.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (*understanding media*). 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

MEARS, Walter. Commentary. In: COOK, Philip S.; GOMERY, Douglas; LICHTY, Lawrence W. (Ed.). **The future of news**. Washington, D.C.: Woodrow Center Press, 1992. p. 167-170.

\_\_\_\_\_. A brief history of AP. In: ASSOCIATED PRESS. **Breaking news**: how the Associated Press has covered war, peace and everything else. New York: Princeton Architectural Press, 2007. p. 403-413.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia: um produto à venda** – jornalismo na sociedade urbana industrial. 2. ed. São Paulo: Alfa-ômega, 1978.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional**: a notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MERRILL, John. A growing controversy: the free flow of news among nation. In: RICHSTAD, Jim; ANDERSON, Michael (Ed.). **Crisis in international news**: policies and prospects. New York: Columbia University Press, 1981. p. 151-160.

MESSING, Michael. De como a AP e a UPI manipulam a verdade. **Revista 1980**, v.3. Porto Alegre: LPM, 1980. p. 269-277.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2008.

MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

MORETZOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MOSCO, Vincent. **The political economy of communication**: rethinking and renewal. London: Sage, 1996.

\_\_\_\_\_. Current trends in the political economy of communication. **Global Media Journal Canadian Edition**, v. 1, n. 1, p. 45-63, 2008.

MURDOCK, Graham; GOLDING, Peter. For a political economy of mass communication. **The Socialist Register**, v. 10, p. 205-232, 1973. Disponível em: <<http://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

MURO BENAYAS, Ignacio. **Globalización de la información, y agencias de noticias: entre el negocio y el interes general**. Barcelona: Paidós, 2006.

NAGEL, Ernest. **La estrutura de la ciência**. Buenos Aires: Paidós, 1974.

NATALI, João Batista. **Jornalismo internacional**. São Paulo: Contexto, 2004.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NORDENSTRENG, Kaarle. Great media debate. In: VICENT, Richard; NORDENSTRENG, Kaarle; TABER, Michael (Ed.). **Towards equity in global communication: MacBride Update**. Cresskill, Nova Jersey: Hampton Press, 1999. p. 220-254.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PARKER, Richard. **Mixed signals: the prospects for global television news**. Nova York: The Twentieth Century Fund, 1995.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PATERSON, Chris. Global television news service. In: SREBERNY-MOHAMADI, Anabelle *et al.* (Ed.). **Media in global context: a reader**. Londres: Arnold, 1997. p. 143-160.

\_\_\_\_\_. Global battlefields. In: BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Terhi (Ed.). **The globalization of news**. Londres: Sage, 1998. p. 79-103.

\_\_\_\_\_. Prospects for a democratic information society: the news agency stranglehold on global political discourse. In: NEW MEDIA TECHNOLOGY AND EVERYDAY LIFE IN EUROPE CONFERENCE, 2003. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Conference/papers/Paterson.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. News agency dominance in international news on the internet. **Papers in International and Global Communication**, 1 maio 2006. Disponível em: <<http://ics.leeds.ac.uk/papers/cicr/exhibits/42/cicrpaterson.pdf>>. Acesso em: 11 abr.2008.

\_\_\_\_\_. The hidden role of television news agencies: 'going live' on 24-hour news television channels. In: CUSHION, Stephen; LEWIS, Justin. **The rise of 24-hour news television: global perspectives**. Oxford: Peter Lang, 2010a.

\_\_\_\_\_. Changing time: the move online and the UK's Press Association. In: BOYD-BARRETT, Oliver (Ed.). **National news agencies in the turbulent era of the internet**. Barcelona: Government of Catalonia, 2010b. p. 227-246.

\_\_\_\_\_. **The international television news Agencies: the world from London.** New York: Peter Lang, 2011.

PATERSON, Chris; DOMINGO, David. **Making online news: the ethnography of new media production.** New York: Peter Lang, 2008.

PATERSON, Chris; SREBERNY, Anabelle. Shooting from the rooftops: reflections on international news in the 21<sup>st</sup> century. In: PATERSON, Chris; SREBERNY, Anabelle. **International news in the twenty-first century.** Eastleigh: John Libbey, 2004. p. 3-27.

PAVLIK, John. **Journalism and the new media.** Nova York: Columbia University Press, 2001.

\_\_\_\_\_. **Media in the digital age.** Nova York: Columbia University of Press, 2008.

PEREIRA, Ana Tereza Condé. **Media mergers: organisational change and the production of international news: a case study.** Liverpool, 2007, 384p. Tese (Doutorado em Comunicação Política). School of Politics and Communication Studies, The University of Liverpool, Liverpool, 2007.

PERLMUTTER, David; HAMILTON, John Maxwell. **From pigeons to new portals: foreign reporting and the challenges of new technology.** Louisiana: Louisiana State University Press, 2007.

PERUZZO, Cicilia. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2 .ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PHILO, Greg. The mass production of ignorance: news content and audience. In: PATERSON, Chris; SREBERNY, Annabelle (Ed.). **International news in the twenty-first century.** Eastleigh: John Libbey, 2004. p.199-224.

PILGER, John. **Hidden agendas.** London: Vintage, 1998.

POPPER, Karl. **Conjecturas e refutações.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

RANTANEN, Terhi. **When news was new.** Chichester, West Sussex: Blackwell, 2009.

READ, Donald. **The power of news: the history of reuters.** Oxford: Oxford University Press, 1992.

REESE, Shephen; LEWIS, Seth. Framing war on terror. **Journalism**, v. 10, n. 6, p. 777-797, 2009. Disponível em: <[http://umn.academia.edu/SethLewis/Papers/82093/Framing\\_the\\_War\\_on\\_Terror\\_The\\_Intern alization\\_of\\_Policy\\_in\\_the\\_U.S.\\_Press](http://umn.academia.edu/SethLewis/Papers/82093/Framing_the_War_on_Terror_The_Intern alization_of_Policy_in_the_U.S._Press)>. Acesso em: 14 fev. 2010.

REEVES, Geoffrey. **Communication and the “Third World”.** London: Routledge, 1993.

RENÓ, Denis Porto. YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio. **Revista Latina de Comunicación Social**, n. 62, p. 434-443, 2007. Disponível em:

<[http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm)>. Acesso em: 20 maio. 2008.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2007.

RICHSTAD, Jim. Transnational news agencies: issues and policies. In: RICHSTAD, Jim; ANDERSON, Michael (Ed.). **Crisis in international news: policies and prospects**. Nova York: Columbia University Press, 1981. p. 243-257.

RIFFE, Daniel; AUST, Charles; LACY, Stephen. The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis. **Journalism Quarterly**, v. 70 n. 1, p. 133-139, 1993.

RIGHTER, Rosemary. **Whose news?** New York: International Press Institute, 1978.

ROBERTSON, Robert. **Globalization: social theory and global culture**. London: Sage, 1992.

ROSENBLUM, Mort. Reporting from Third World. In: RICHARD, Jim; ANDERSON, Michael. **Crisis in international news: policies and prospects**. Nova York: Columbia University Press, 1981. p. 221-241.

ROSENGREN, Karl Eric. **Advances in content analysis**. London: Sage, 1981.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

SÁ BARRETO, Virgínia. Reflexões teórico-metodológicas para uma investigação das interrelações sociais entre jornalismo e cultura televisiva. In: MALDONADO, Alberto Efendy *et al.* **Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 91-112.

SAKR, Naomi. Al-Jazeera Satellite channel; global newscasting in Arabic. In: PATERSON, Chris; SREBERNY, Annabelle (Ed.). **International news in the twenty-first century**. Eastleigh: John Libbey, 2004. p. 147-168.

SALINAS, Raquel. News agencies and the new information order. In: VARIS, Tapio *et al.* (Ed.). **International news and the new information order**. Finland: University of Tampere, 1977. p. 472-496.

\_\_\_\_\_. **Agencias transnacionales de información y el Tercero Mundo**. Quito: The Quito Times, 1984.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Barbosa. **Metodología de la investigación**. México: McGraw-Hill, 1991.

SAMUEL-AZRAN, Tal. **Al-Jazeera and US war coverage**. Oxford: Peter Lang, 2010.

SANTOS, Suzy dos. Economia política da comunicação. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009. p. 104.

\_\_\_\_\_. A volta dos que não foram: a perspectiva crítica nas análises sobre novas tecnologias de comunicação. **Revista Passagens**, v. 1, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.revistapassagens.ufc.br/index.php/revista/article/view/5>>. Acesso em: 12 jan. 2011.

SCHEUFELE, Dietram. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, New York, v. 49, n. 1, p. 103-122, mar. 1999.

SCHIFF, Frederick. The Associated Press: its worldwide bureaus and American interest. **International Communication Bulletin**, n. 31, p. 7-13, 1996.

SCHILLER, Herbert. Genesis of the free flow of information principles. In: RICHARD, Jim; ANDERSON, Michael. **Crisis in international news: policies and prospects**. New York: Columbia University Press, 1981. p. 161-183.

\_\_\_\_\_. Not yet the post imperialism Era. **Critical Studies in Mass Communication**, v. 8, n.1, p. 13-28, mar. 1991.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 177-189.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news: a social history of American newspaper**. New York: Basic Books, 1978.

SCHWARZLOSE, Richard. The Associated Press and United Press International. In: COOK, Philip S.; GOMERY, Douglas; LICHTY, Lawrence W. (Ed.). **The future of news**. Washington, D.C.: Woodrow Center Press, 1992. p.145-166.

SEIB, Philip. **The Al-Jazeera effect: how the new global media are reshaping world politics**. Washington, D.C.: Potomac Books, 2008.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo global**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SERRA, Sônia. Vertentes da economia política da comunicação e jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENNETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 67-83.

SHOEMAKER, Pamela; COHEN, Akiba. **News around the world: content, practitioners, and the public**. New York: Routledge, 2006.

SHRIVASTAVA, K.M. **News agencies: from pigeon to internet**. Nova Délhi: New Dawn Press, 2006.

SILBERSTEIN-LOEB, Jonathan. **International news and their cartel in the context of business history**. 30 jul. 2007. Disponível em: <[HTTP://www.unige.ch/ses/istec/EBHA2007/papers/Silberstein.pdf](http://www.unige.ch/ses/istec/EBHA2007/papers/Silberstein.pdf)>. Acesso em: 7 jan. 2009.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. **Uma trajetória em redes:** modelos e características operacionais das agências de notícias, das origens às redes digitais, com três estudos de caso. Salvador, 2006, 408p. Tese (Doutorado em Comunicação). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006.

SMITH, Anthony. **La geopolítica de la información:** como la cultura occidental domina al mundo. México: Fondo de Cultura Económica, 1984.

SOARES, Gláucio Ary Dillon. A América Latina na imprensa brasileira. **Opinião Pública**, v. 10, n. 1, maio, 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-62762004000100003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762004000100003)>. Acesso em: 18 abr. 2006.

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobarbárie. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 21-40.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Seja o primeiro a saber:** a CNN e a globalização da informação. São Paulo: Summus, 2005.

SQUIRRA, Sebastião de Moraes. **Aprender telejornalismo**. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

\_\_\_\_\_. **O século dourado:** a comunicação eletrônica nos Estados Unidos. São Paulo: Summus, 1995.

\_\_\_\_\_. **O futuro do aparelho de TV e a convergência com outras mídias**. São Bernardo do Campo, 2007. Manuscrito.

SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle. The world of the news. In: MARTIN, John; HIEBERT, Ray Eldon. (Org.). **Current issues in international communications**. London: Longman, 1990. p. 9-17.

STANTON, Richard. **All new is local:** the failure of media to reflect world events is a globalized age. London: McFarland, 2007.

STENVALL, Maija. Unnamed sources as rhetorical constructs in news agency reports. **Journalism Studies**, v. 9, n. 1, p. 229-243, 2008.

STEVENSON, Robert. **Project proposal:** corporate study of foreign news and international news flow in the 1990s. [S.l.: s.n.], 1995. Disponível em: <<http://www.ibiblio.org/newsflow/>>. Acesso em: 12 Maio 2009.

STOREY, Graham. **Reuters:** the story of a century of news-gathering. New York: Crown Publishers, 1951.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade:** uma história social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TORNEY-PARLICKI, Prue. **Somewhere in Asia: war, journalism, and Australia's neighbours.** Sidney: University of South Wales, 2000.

THUSSU, Daya Kishan. **International communication: continuity and change.** 2. ed. London: Hodder Arnold, 2006.

\_\_\_\_\_. **News as entertainment: the rise of global infotainment.** London: Sage, 2007.

TOMLINSON, John. **Globalization and culture.** Chicago: University of Chicago Press, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2005. VII: A Tribo Jornalística – uma Comunidade Interpretativa Transnacional.

TRIVINOS, Augusto. **Introdução à pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1990.

TSANG, Kuo-Jen *et al.* Geographic emphases of international news studies. **Journalism Quarterly**, v. 65, n. 1, p. 191-194, 1988.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad.** Barcelona: Gili, 1983.

TUNSTALL, Jeremy. Worldwide news agencies: private wholesalers of public information. In: RICHSTAD, Jim; ANDERSON, Michael (Ed.). **Crisis in international news: policies and prospects.** New York: Columbia University Press, 1981. p. 259-267.

\_\_\_\_\_. **The media were American: US mass media in decline.** New York: Oxford University Press, 2008.

TUNSTALL, Jeremy; PALMER, Michael. **Media moguls.** London: Routledge, 1991.

UNESCO. **Um mundo e muitas vozes (Relatório McBride).** Rio de Janeiro: FGV, 1983.

VAN DIJK, Teuh A. **News analysis: case studies of international and national news in the press.** New Jersey: LEA, 1988.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital.** São Paulo: Loyola, 2003.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo.** Porto Alegre: Edipuc/RS, 2000.

VOLKMER, Ingrid. **News in the public sphere: a study of CNN and its impact on global communication.** Luton: University of Luton Press, 1999.

WALLIS, Roger; BARAN, Stanley. **The known world of broadcast news: international news and the electronic media.** Londres: Routledge, 1990.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo.** Campinas: Papyrus, 1998.

WEBER, Robert. **Basic content analysis**. California: Sage, 1985.

WIGGERSHAUS, Rolf. **A Escola de Frankfurt: história, desenvolvimento teórico, significação política**. 3. ed. São Paulo: Bertrand do Brasil, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Sulina, 2003.

WU, Denis. A brave new world for international news? Exploring the determinants of the coverage of foreign news on US websites. **International Communication Gazette**, v.69, p. 539-551, 2007. Disponível em: <<http://gaz.sagepub.com/cgi/content/refs/69/6/539/>>. Acesso em: 17 jan. 2010.

YIN, Robert. **Estudo de caso**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

#### **Sites e artigos de jornais usados nesta tese:**

ABTA. **Indicadores do setor**. São Paulo: ABTA, 2010. Disponível em: <<http://www.abta.org.br/>>. Acesso em: 12 fev. 2010.

AGUIAR, Pedro; BEATRIS, Laísa. Mídia internacional ignora indícios de fraude e publica notícia sobre restaurante canibal. **Opera Mundi**, 16 ago. 2010. Disponível em: <[http://operamundi.uol.com.br/noticias/MIDIA+INTERNACIONAL+IGNORA+INDICIOS+DE+FRAUDE+E+PUBLICA+NOTICIA+SOBRE+RESTAURANTE+CANIBAL\\_5970.shtml](http://operamundi.uol.com.br/noticias/MIDIA+INTERNACIONAL+IGNORA+INDICIOS+DE+FRAUDE+E+PUBLICA+NOTICIA+SOBRE+RESTAURANTE+CANIBAL_5970.shtml)>. Acesso em: 10 nov. 2010.

AMERICANS spending more time following the news. The Pew Research Center for the People & the Press, 12 set. 2010. Disponível em: <<http://people-press.org/report/652/>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

ANTUNES, Cláudia. Internet móvel é nova frente para o jornal. **Folha de S. Paulo**, 10 set. 2010. Caderno Mercado, p. B7.

AOL compra “Huffington Post” por US\$ 315 milhões. **G1**, 7. fev. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/02/aol-vai-comprar-site-huffington-post-por-us315-milhoes.html>>. Acesso em: 7 fev. 2011.

AP vai criar “Ecad” de material jornalístico nos Estados Unidos. **Folha de S. Paulo**, 26 out. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me2610201034.htm>>. Acesso em: 7 fev. 2011.

APESAR do progresso, Brasil permanece um dos mais desiguais do mundo, diz ONU. **BBC Brasil**, 23 jul. 2010. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/07/100723\\_desigualdade\\_pnud\\_pu.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/07/100723_desigualdade_pnud_pu.shtml)>. Acesso em: 19 jan. 2011.

BARTHE, Benhamin. Al-Jazira à la pointe de la couverture de la révolution tunisienne. **Le Monde**, 19 jan. 2011. Disponível em: <<http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2011/01/19/al-jazeera-a-la-pointe-de-la-couverture-de-la-revolution->

tunisienne\_1467521\_3218.html#ens\_id=1245377&xstor=RSS-3208>. Acesso em: 20 jan. 2011.

CLASH of the UK news titans: Visnews and Independent Television News. **Video Age International**, 1º out. 1992. Disponível em: <<http://www.highbeam.com/doc/1G1-12935787.html>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

COELHO, Luciana. Jornal só para iPad abre debate sobre o valor do conteúdo. **Folha de S. Paulo**, 6 fev. 2011. Caderno Mercado, p. B6.

COMMUNICATIONS price falling worldwide, UN reports. **UN News Centre**, 23 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=33867&Cr=telecom&Cr1>>. Acesso em: 24 fev. 2010.

CONSTABLE, Pamela. No news is bad news. Demise of the foreign correspondent. **The Washington Post**, 18 fev. 2007. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/02/16/AR2007021601713.html>>. Acesso em: 12 jan. 2010.

COSTA, Caio Túlio. Duas ou três coisas sobre o Google. **Caio Túlio Costa**, 4 ago. 2010. Disponível em: <<http://caiotulio.com/duas-ou-tres-coisas-sobre-o-google/>>. Acesso em: 22 set. 2010.

DOWBOR, Ladislau. **Crise financeira**: riscos e oportunidades. São Paulo: [s.n.], 2009. Disponível em: <<http://dowbor.org/crise.asp>>. Acesso em: 20 mar. 2009.

ENVIADOS especiais da TV Globo mostram situação caótica no Haiti. **G1**, 15 jan. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL1449857-5602,00-ENVIADOS+ESPECIAIS+DA+TV+GLOBO+MOSTRAM+A+SITUACAO+CAOTICA+NO+HAITI.html>>. Acesso em: 18 jan. 2010.

GIRIDHARDAS, Anand. Web “mata” correspondente estrangeiro. **Folha de S. Paulo**, 11 maio 2009. Caderno New York Times, p. 4.

GROSS, Doug. Google unveils its ‘multimillion-channel’ TV. **CNN**, 20 maio 2010. Disponível em: <[http://articles.cnn.com/2010-05-20/tech/google.tv\\_1\\_google-tv-tv-content-ipad?\\_s=PM:TECH](http://articles.cnn.com/2010-05-20/tech/google.tv_1_google-tv-tv-content-ipad?_s=PM:TECH)>. Acesso em: 20 maio 2010.

IMMARSAT. **Transformação do jornalismo eletrônico por satélite**. Disponível em: <[http://www.inmarsat.com/Downloads/Portuguese/BGAN/Collateral/BGAN\\_media\\_solution\\_PT.pdf?language=EN&textonly=False](http://www.inmarsat.com/Downloads/Portuguese/BGAN/Collateral/BGAN_media_solution_PT.pdf?language=EN&textonly=False)>. Acesso em: 13 out. 2010.

INVESTIGATION documents cruelty of bear baiting. [s.l.]: The Humane Society of the United States, 23 ago. 2010. Disponível em: <[http://www.humanesociety.org/news/news/2010/08/bear\\_baiting\\_082310.html](http://www.humanesociety.org/news/news/2010/08/bear_baiting_082310.html)>. Acesso em: 26 set. 2009.

ISRAELIS demandan a “Al Jazeera” por ajudar a Hizbulá en Guerra del Líbano. **EFE**, 13 jul. 2010. Despacho enviado pela agência exclusivamente aos assinantes em 13 de julho de 2010.

KHANFAR, Wadar. Imprensa livre é alvo constante de ataque de governos no Oriente Médio. **Folha de S. Paulo**, 8 fev. 2011. Caderno Mundo, p. 14.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Influência do WikiLeaks na crise tunisiana é superestimada. **Folha de S. Paulo**, 17 jan. 2011. Caderno Mundo, p. A-10.

LORES, Raul Justes. Blogs são imprensa que temos livres, diz blogueiro do Irã. **Folha de S. Paulo**, 28 jun 2009. Caderno Mundo, p. A-24.

MEDIA LENS. Haiti, New Orleans and Media Hypocrisy. 16 set. 2008. Disponível em: <[http://www.medialens.org/alerts/08/080916\\_not\\_very\\_interesting.php](http://www.medialens.org/alerts/08/080916_not_very_interesting.php)>. Acesso em: 12 fev. 2010.

\_\_\_\_\_. **Haiti: the broken wing**. 3 fev. 2010. Disponível em: <[www.medialens.org/alerts](http://www.medialens.org/alerts)>. Acesso em: 12 fev. 2010.

MOLINA, Matías. Qual é o futuro do New York Times? **Valor**, 20 fev. 2009. Caderno Fim de Semana, p. 8-15.

PAÍSES em desenvolvimento devem investir em banda larga, diz ONU. **O Globo**, 23 out. 2009. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2009/10/23/paises-em-desenvolvimento-devem-investir-em-banda-larga-diz-onu-795161984.asp>>. Acesso em: 24 fev. 2010.

PEW RESEARCH. **The state of new media 2010**. Disponível em: <<http://pewresearch.org/pubs/1523/state-of-the-news-media-2010>>. Acesso em: 16 mar. 2010.

PIERRE- PIERRE, Garry. Social networks offer news, and comfort. **IPS**, 19 jan. 2010. Disponível em: <<http://ipsnews.net/news.asp?idnews=50033>>. Acesso em: 19 jan. 2011.

PRATO, Lou. **Expect more TV News from abroad**. Disponível em: <<http://www.questia.com/googleScholar.qst;jsessionid=KgvPhgblNKpMhd6LmkxJRkMMLKssTptGQqhyBt16yFFgcdZGV1Gt!-1991636647!90775691?docId=5001707044>>. Acesso em: 18 abr. 2009.

SANDRONI, Paulo. **Dicionário de economia**. Disponível em: <<http://introducaoaeconomia.files.wordpress.com/2010/03/dicionario-de-economia-sandroni.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2010.

SANTOS, Lina. Número de jornalistas em Bruxelas cai para metade. **Diário de Notícias**, 16 mar. 2010. Disponível em: <[http://dn.sapo.pt/inicio/tv/interior.aspx?content\\_id=1519983&seccao=Media](http://dn.sapo.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=1519983&seccao=Media)>. Acesso em: 20 mar. 2010.

SCARED Lindsay Lohan plans to appeal jail term. **Reuters**, 9 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/2010/07/09/us-lohan-idUSTRE66542U20100709>>. Acesso em: 9 jul. 2010.

SCHIPPER, Tamara. Vazamento de documentos sobre negociação de paz gera crise entre palestinos. **BBC Brasil**, 24 jan. 2011. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/01/110124\\_palestinos\\_negociacoes\\_documentos\\_aljazeera\\_rw.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/01/110124_palestinos_negociacoes_documentos_aljazeera_rw.shtml)>. Acesso em: 24 jan. 2011.

SE FORMÓ la Unión Latinoamericana de Agencias de Noticias. Bariloche: III Congresso Mundial de Agencias de Noticias, 22 out. 2010. Disponível em: <<http://www.nawc.com.ar/es/showNews/34>>. Acesso em: 24 out. 2010.

STELTER, Brian. Crise afeta cobertura das viagens de Obama. **O Estado de S. Paulo**, 30 maio 2010. Internacional, p. A-22.

STELTER, Brian; CARTER, Bill. ABC news to cut hundreds of staff. **The New York Times**, 23 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2010/02/24/business/media/24abc.html>>. Acesso em: 24 fev. 2010.

PRESS: Conference at Talloires. **Time**, 1 jun. 1981. Disponível em: <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,954830,00.html>>. Acesso em: 1 fev. 2009.

TO COVER world, CBS joins with a news site. **The New York Times**, 29 set. 2009. Disponível em: <<http://dealbook.nytimes.com/2009/09/28/to-cover-world-cbs-joins-with-a-news-site/>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

TV A CABO tem perda recorde nos Estados Unidos. **Folha de S. Paulo**, 27 nov. 2010. Caderno Mercado, p. B15.

UCHINAKA, Fabiana. Brasil fica em 75º lugar no ranking do IDH. **UOL Notícias**, 5 out. 2009. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/internacional/2009/10/05/ult1859u1607.jhtm>>. Acesso em: 24 fev. 2010.

VIEW AP television new's new bureau in Kabul, Afghanistan. **Associated Press**, 18 ago. 2009. Disponível em: <[http://www.aptn.com/8025701A003B2562/\(httpHeadlines\)/0BD8840C0BDD8C7980257616004866D9?OpenDocument](http://www.aptn.com/8025701A003B2562/(httpHeadlines)/0BD8840C0BDD8C7980257616004866D9?OpenDocument)>. Acesso em: 26 set. 2009.

WORLD'S news agencies join in interactive hub for Copenhagen climate conference. **Ria Novosti**, 2 Dez. 2009. Disponível em: <<http://en.rian.ru/Environment/20091202/157067875.html>>. Acesso em: 2 dez. 2009.

## GLOSSÁRIO DAS AGÊNCIAS

**Adds** – Aviso dado pelas agências aos clientes de que uma informação visual foi acrescentada à edição original (geralmente mais imagens ou entrevistas).

**Advisory** – Avisos gerais que as agências emitem por turnos, para alertar o que já foi gerado e deve ser disponibilizado nas próximas horas, dias e até semanas.

**Alert** – Alerta de que algo inesperado ocorreu. O alerta geralmente é enviado com uma frase identificada nas redações pela cor vermelha ou laranja.

**Aspect ratio** – Relação entre a largura e a altura das imagens. O formato padrão de 4:3 vem sendo substituído pelo 16:9.

**Bulletin** – Boletins urgentes de apenas um parágrafo (no caso das agências de textos). Na APTN também são um conjunto de reportagens geradas a cada hora.

**Bureau** – Sucursal ou base das agências. Inspirado na francesa Havas, cujo dono criou um escritório de tradução de jornais estrangeiros em Paris, em 1832.

**Covering** – Aviso de que um acontecimento está sendo coberto continuamente.

**Dateline** – Data exata de captação da imagem.

**Delivery** – Algo que já foi gerado e enviado às emissoras.

**Edit** – Reportagem editada com a síntese da história que repercutiu ao longo do dia. Consiste em uma versão menor de imagens com menos entrevistas de um assunto que vem sendo disponibilizado em vários boletins.

**Expected** – Reportagem que será distribuída em breve para os clientes.

**GMT** – Hora universal padrão. Referência criada em 1884, uma espécie de ponto zero do meridiano de Greenwich, localizado nos arredores de Londres. A hora GMT foi adotada como parâmetro pelas agências para driblar dificuldades com zonas diferenciadas de tempo. Dessa forma, o cliente (seja ele uma empresa japonesa ou brasileira) sabe exatamente a hora em que a reportagem será colocada em circulação.

**Feed** – Tem papel duplo nas agências internacionais telejornalísticas. Pode ser tanto uma reportagem única sobre um fato como o nome de um boletim gerado a cada hora.

**First Run** – Aviso de que uma determinada reportagem foi gerada antes, ou seja, não é inédita.

**Flash** – Algo inesperado, não previsto na programação das agências, podendo ser um aviso de transmissão ao vivo.

**Free Trial** – Oferta para que clientes conheçam determinados serviços que não estejam nos seus pacotes contratuais. Uma emissora pode, por exemplo, passar a ter acesso às imagens exclusivas das agências sobre Hollywood (cf. Anexos).

**Lead** – Parágrafo inicial que responde às perguntas clássicas sobre o acontecimento (Quem? O quê? Quando? Como? Onde? Por quê?).

**New** – Reportagem que acabou de ser finalizada e disponibilizada.

**News service** – Pacote a ser assinado pelas emissoras, garantindo o fornecimento ininterrupto de imagens.

**Outlook** – Espécie de visão geral da cobertura que as agências enviam às emissoras para que possam se planejar.

**Ready-to-air packages** – Reportagem com narração de repórter da agência, pronta para a exibição, em inglês ou em árabe.

**Replay** – Aviso de que determinada reportagem é a mesma gerada anteriormente sem qualquer alteração.

**Restrictions** – Aviso de que há restrições jurídicas ou logísticas no uso da imagem (que pode ser vetado para a internet ou, ainda, proibido em determinados países).

**Roll-out** – Jargão das agências para designar o sistema de geração a cada hora, por meio de satélite. Tanto a AP como a Reuters já possuem mecanismos para disponibilizar reportagens via internet, podendo o cliente fazer o *download* apenas dos arquivos que lhe interessam por meio de um servidor.

**Running** – Ocorrências que vêm sendo cobertas a cada boletim.

**Script** – Roteiro com a descrição de cada imagem, a transcrição das entrevistas e todas as informações sobre a reportagem, incluindo desde a data de gravação até o material de arquivo.

**Service** – Tipo de serviço em que são classificadas imagens, uma catalogação interna das agências para etiquetar suas reportagens. Todas as notícias do Brasil, por exemplo, fazem parte do serviço “Latin” (no caso da Reuters TV) ou “Prime News – Latin America” (no caso da APTN).

**Slug** – Um tipo de *headline*, uma frase indicando do que se trata a reportagem, mais usado nos serviços de texto

**Source** – Fonte de informação e imagem (inclusive da emissora ou instituição que cedeu a imagem)

**Story (dispatch)** – Antigo “despacho” das agências, ou seja, uma notícia.

**Subscriber** – Assinante ou cliente da agência (jornais, emissoras de televisão, portais da internet).

**Top stories** – Notícias consideradas mais importantes.

**TBA** – Sigla *To Be Announced*: Refere-se a algo a ser definido nas próximas horas.

**Urgent** – O mesmo que notícia de última hora. Nos terminais das emissoras, cada vez que pisca um alerta vermelho é uma notícia de última hora. Um alerta em amarelo sinaliza algo urgente, porém mais bem apurado.

**World Dairy** – É a pauta do dia, do mês, e até do ano enviada pela Reuters TV (Cf. Capítulo III).

**Wrap** – “Pacote” de uma mesma reportagem. É um vídeo que resume todas as imagens e entrevistas já disponibilizadas às emissoras sobre um assunto, acrescentando dados, imagens e entrevistas novas (diferentemente de um **Replay**, um **New** e um **Edit**). É um termo mais usado pela APTN, que ainda mantém o sistema de **Roll-Out**.

**ANEXOS**



# The New York Times

Friday, January 14, 2011 Last Update: 6:01 AM ET

Try Times Reader today | Log In | Register Now

TimesReader 2.0  
**TRY IT FREE FOR 2 WEEKS.**  
 ACT NOW  
nytimes.com/timesreader

Search

Try Times Reader today | Personalize Your Weather

Switch to Global Edition

**JOB**  
**REAL ESTATE**  
**AUTOS**  
**ALL CLASSIFIEDS**

**WORLD**  
**U.S.**  
**POLITICS**  
**NEW YORK**  
**BUSINESS**  
**DEALBOOK**  
**TECHNOLOGY**  
**SPORTS**  
**SCIENCE**

**HEALTH**  
**OPINION**

**ARTS**  
Books  
Movies  
Music  
Television  
Theater

**STYLE**  
Dining & Wine  
Fashion & Style  
Home & Garden  
Weddings & Celebrations

**TRAVEL**

All Blogs  
 Cartoons  
 Classifieds  
 Corrections  
 Crossword / Games  
 Education  
 First Look  
 Learning Network  
 Multimedia  
 NYC Guide  
 Obituaries  
 Podcasts  
 Public Editor  
 Sunday Magazine  
 T Magazine  
 Video  
 Weather  
 Week in Review

**SERVICES**  
 Movie Tickets  
 My Alerts  
 NYT Mobile  
 NYT Store  
 Theater Tickets  
 Times Machine  
 Times Reader  
 Times Skimmer  
 Times Wire

**NEWSPAPER**  
 NYT Home  
 Delivery  
 IHT Home  
 Delivery  
 Customer Care  
 Replica Edition  
 Community Affairs  
 Events

**ABOUT US**  
About the NYT Co.  
About the IHT  
Advertise with us

## A Clamor for Gun Limits, but Few Expect Real Changes

By ADAM NAGOURNEY and JENNIFER STEINHAUER

Gun rights advocates and lawmakers said that there was little chance the attack would produce new legislation or a change in a national culture that has long been accepting of guns.

Post a Comment | Read (244)

## Tucson Pauses in Grief for the Youngest Victim

By SAM DOLE and MARC LACEY

The youngest of victims of the Tucson shootings, Christina-Taylor Green, was buried amid an outpouring of grief.



Pool photo by Greg Brown

## More on the Shooting - Girl's Death Hits Home for Obama

Among Women in Congress, a Bond of Friendship

College's Policy on Troubled Students Raises Questions

Post a Comment | Read (6)

## Banks Are Poised to Pay Dividends After 3-Year Gap

By NELSON D. SCHWARTZ and ERIC DASH

The nation's largest banks are expected begin restoring their dividends in the first half of the year, a boon to pension funds and retirees.

Post a Comment | Read (6)



Andrew Testa for The New York Times

## Soldier in Brig as WikiLeaks Link Is Sought

By SCOTT SHANE

Supporters of Pfc. Bradley Manning, accused of leaking cables, are concerned that he is being treated unfairly. Above, a sign near Ellingham Hall in England.

Times Topics: Bradley E. Manning | WikiLeaks

## House Republicans Edge Back to Business as Usual

By CARL HULSE

The health care repeal bill, put aside after the Tucson shootings, will be debated in the House next week.

G.O.P. Poised to Pick New Leader With an Eye on 2012  
Christie Hopes to Lure Businesses Fleeing Illinois Taxes

## City Plans to Open and Close Schools Revealed

By SHARON OTTERBACH

A Department of Education document offers a glimpse of several plans, including one for opening two charter schools in place of a troubled, giant Bronx high school.

School List (pdf)

## For Hezbollah, Claiming Victory Could Be Costly

By ANTHONY SHADID

At the moment seemingly of its greatest power, the path facing Hezbollah could unveil its most glaring weaknesses.

## Pressure Builds to Find Zenyatta's Mr. Right

By JOE DRAPE

Although the accomplished racehorse has her choice of stallions, how she will fare as a broodmare is anyone's guess.

Slide Show: At Home With Zenyatta

## More News

Labour Holds Seat in British Election 4:26 AM ET

Yankees Sign Soriano for Bullpen

Uncle Sam Wants His AAA Rating

Agencies Faulted Over Nashville Flood Forecasts

'Spider-Man' Won't Open Until March 15

Behind Tunisia Unrest, Rage Over Wealth

### VIDEO »

More Video | Multimedia



**MOVIES**  
Carpenter Video: Colin Firth A Day On The Awards Circuit



### THEATER REVIEW | OTHER DESERT CITIES

#### Drowning in Domestic Denial in Palm Springs

By BEN BRANTLEY

Audiences will find something wonderful in Jon Robin Baitz's new play, "Other Desert Cities," at Lincoln Center.

Video: Jon Robin Baitz on 'Other Desert Cities'

NEWS FROM AP & REUTERS

Mideast Quartet to Meet in Germany 1m18t ago

Cracker Musician Lovers to Teach UGA Music Class 1m18t ago

Students OK After Confusing Rat Poison for

### OPINION »

#### EDITORIAL

Talking to North Korea After two years of threats and attacks, North Korea may be pulling back from the brink.

Krugman: A Tale of Two Moralities | Comments (8)

Brooks: Tree of Failure

Cohen: Mohammed the Brit

Ponnuru: How the G.O.P. Can Cut and Survive

Room for Debate: Does Extreme Parenting Work?

### MARKETS »

AS 5:51 AM ET

8/10%	Germany	France
FTSE 100	DAX	CAC 40
5,980.08	7,053.18	3,964.85
-43%	-21%	-9%
-0.7%	-0.3%	-0.2%

Data delayed at least 15 minutes

### GET QUOTES

My Portfolio

Stock, ETFs, Funds

Go

### Log In With Facebook

Log in to see what your friends are sharing on nytimes.com. Privacy Policy | What's This?

### WHAT'S POPULAR NOW

A Duane Reade in Brooklyn With a Bear Bar

Ellen Stewart, Off Broadway Pioneer, Dies at 91

DealBook

dealbook.nytimes.com



### TRAVEL »

36 Hours in Bali

Mystical, hedonistic, rugged yet polished, Bali is a place to unwind amid striking natural beauty.

8 Hotels to Look Out for in 2011

From Miami to Jaipur, new hotels hope to be noticed for distinctive touches.

The Beach EXPERTS  
 CHEAPCARIBBEAN.COM  
 LUXURY FOR LESS

REAL ESTATE AUTOS JOBS ALL CLASSIFIEDS

### What You Get for \$330,000

A three-bedroom in Arizona, a two-bedroom in Kentucky and a two-bedroom in Texas.

Baitz's new play, "Other Desert Cities," at Lincoln Center.

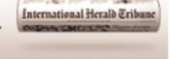
Video: Jon Robin Baitz on 'Other Desert Cities'

1-5 Bedroom Condos Price from \$1.15M Immediate Occupancy

MANHATTAN HOUSE 200 EAST 60th ST.

Place a Classified Ad »

Subscribe and save up to 60%.  
 Click here >



**Exemplo de restrições impostas pelas emissoras às agências. As imagens captadas pela TV Globo no Haiti eram proibidas no Brasil:**

**6163WD HAITI-QUAKE/WOMAN RESCUE @ Jan 17 02:12**

Original Script Date

Jan 17 00:05

Modified Script Date

Jan 17 02:12 (Script Version

3

Headline

Pregnant woman is rescued in Haiti after 60 hours under rubble.

Services

World

Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 15, 2009

Sound

NATURAL WITH PORTUGUESE SPEECH

Duration

2:43

Source

**TV GLOBO**

Restrictions

**NO ACCESS BRAZIL**

Intro

Brazilian troops rescue pregnant Haitian woman who spent 60 hours under rubble after an earthquake hit the Caribbean country early this week.

Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 15, 2009) (TV GLOBO - NO ACCESS BRAZIL)

1. VICTIM'S HUSBAND INSIDE U.N. CAR
2. RESCUE WORKERS AND HAITIANS REMOVING STONES TO RESCUE PREGNANT NURSE JEAN BAPTISTE MIMOSE, WHO HAD BEEN TRAPPED IN RUBBLE FOR 60 HOURS
3. VARIOUS OF U.N. SOLDIER TRYING TO HEAR NURSE'S VOICE UNDER RUBBLE
4. (SOUNDBITE) (Portuguese) UNIDENTIFIED U.N. SOLDIER, SAYING: "It's a woman, she's exactly under me. I'm touching her, she's holding my hand here. She's well."
5. (SOUNDBITE) (Portuguese) UNIDENTIFIED U.N. SOLDIER, SAYING: "She's in some type of cocoon. I think it's a closet."
6. U.N. SOLDIERS REMOVING RUBBLE WITH HANDS TO FIND VICTIM
7. MAN GIVING RESCUED NURSE WATER
8. VARIOUS OF DOCTORS CHECKING ON RESCUED NURSE
9. VARIOUS OF RESCUED NURSE LYING ON A MATTRESS IN A FIELD HOSPITAL

## 10. RESCUED NURSE SLEEPING

### Story

Amid hundreds of failed rescues in earthquake-hit Haiti, Brazilian MINUSTAH soldiers on Friday (January 15) managed to pull out a pregnant woman from under the rubble.

Jean Baptiste Mimose, a 43-year-old nurse, was found alive after spending 60 hours buried in the wreckage of the hospital where she worked.

Her husband followed the dramatic rescue as soldiers held Baptiste's hand while trying to remove the debris that covered her body.

A Brazilian soldier heard her voice while searching for bodies in the destroyed building and started to dig.

"It's a woman, she's exactly under me. I'm touching her, she's holding my hand here. She's well," said the unidentified soldier.

"She's in some type of cocoon. I think it's a closet," he added.

After the rescue, Baptiste found strength to smile and wave at the troops.

She was later taken to a nearby field hospital managed by the Brazilian military.

**Exemplo de *scripts* divulgado pelas agências durante o terremoto no Haiti, no qual as lideranças internas aparecem assim como autoridades americanas:**

### **6160WD HAITI-QUAKE/CLINTON BRIEFING @ Jan 17 00:38**

Original Script Date

Jan 17 00:37 (4 days ago)

Modified Script Date

Jan 17 00:38 (4 days ago)

Script Version

2

Headline

Clinton pledges continued American support to the government and people of Haiti.

Services

World

Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 16, 2010

Sound

NATURAL WITH FRENCH AND ENGLISH SPEECH

Duration

2:04

Source

REUTERS

Restrictions

NONE

Intro

Secretary of State Hillary Clinton expresses sympathy for Haiti at a news conference in Port-au-Prince on Saturday, while promising American aid and support to the Haitian people and government.

## Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 16, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. U.S. SECRETARY OF STATE HILLARY CLINTON AND HAITIAN PRESIDENT RENE PREVAL AT THE NEWS CONFERENCE AT PORT-AU-PRINCE AIRPORT

2. (SOUNDBITE) (French) RENE PREVAL, PRESIDENT OF HAITI, SAYING:

"His last initiative of putting the two preceding presidents, Bush and Clinton together to form a special fund for Haiti is again a sign of great support."

3. MEDIA AND MILITARY PERSONNEL AT THE NEWS CONFERENCE

4. (SOUNDBITE) (English) U.S. SECRETARY OF STATE HILLARY CLINTON, SAYING:

"I want to express, once again, the deep sympathy that the President and Mrs. Obama and our entire country feels for the terrible tragedy that has affected the people of Haiti."

5. MEDIA AND MILITARY PERSONNEL AT THE NEWS CONFERENCE

6. (SOUNDBITE) (English) U.S. SECRETARY OF STATE HILLARY CLINTON, SAYING:

"I want to assure the people of Haiti that the United States is a friend, a partner, and a supporter, and we will work with your government under the direction of President Preval to assist in every way we can."

7. MEDIA AND MILITARY PERSONNEL AT THE NEWS CONFERENCE

8. (SOUNDBITE) (English) U.S. SECRETARY OF STATE HILLARY CLINTON, SAYING:

"As President Obama has said, we will be here today, tomorrow, and for the time ahead. And speaking personally, I know of the great resilience and strength of the Haitian people."

9. MEDIA AND MILITARY PERSONNEL AT THE NEWS CONFERENCE

10. (SOUNDBITE) (English) U.S. SECRETARY OF STATE HILLARY CLINTON, SAYING:

"I believe that Haiti can come back even stronger and better in the future."

11. MEDIA AND MILITARY PERSONNEL AT THE NEWS CONFERENCE

12. CLINTON LEAVING THE NEWS CONFERENCE

13. CLINTON WALKING AWAY AFTER THE NEWS CONFERENCE

## Story

Secretary of State Hillary Clinton assured Haiti's quake-ravaged people on Saturday (January 16) the United States would work with their government to ensure the country emerges "stronger and better" after this week's disaster.

Haitian President Rene Preval expressed gratitude for the huge relief effort that has unfolded after Tuesday's earthquake, which killed tens of thousands of people and left devastated Haiti's ramshackle

capital. He also praised President Obama's decision to place former presidents George W. Bush and Bill Clinton in charge of a fund drive for Haiti relief efforts.

"His last initiative of putting the two preceding presidents, Bush and Clinton together to form a special fund for Haiti is again a sign of great support," he said through an interpreter.

In her opening remarks, Clinton conveyed a message of sympathy from the first family and the American people.

"I want to express, once again, the deep sympathy that the President and Mrs. Obama and our entire country feels for the terrible tragedy that has affected the people of Haiti," she said.

Clinton underscored that the U.S. aid drive -- involving thousands of soldiers, sailors and Marines along with civilian aid workers -- was done at the invitation of Haiti's government and said she and Preval would issue a joint communique on Sunday outlining the way forward.

"I want to assure the people of Haiti that the United States is a friend, a partner, and a supporter, and we will work with your government under the direction of President Preval to assist in every way we can," she said.

Clinton went on to say that "as President Obama has said, we will be here today, tomorrow, and for the time ahead. And speaking personally, I know of the great resilience and strength of the Haitian people."

Clinton's quick one day trip is designed to avoid complicating the relief effort, with hundreds of thousands of Haitians still desperately waiting for assistance as scavengers and looters take advantage of the widespread absence of authority and order.

Clinton first flew to the Coast Guard Air Station Borinquen in Puerto Rico, where she transferred to a Coast Guard C-130 transport plane carrying emergency food and water rations along with toothbrushes, doughnuts, underwear and other supplies for U.S. embassy personnel.

She was due to evacuate some 50 U.S. citizens when she leaves later on Saturday.

Clinton said the relief drive was aimed at immediate needs such as water, food and medical help along with on-going rescue work for people still trapped in the rubble.

She said she and Preval had also discussed the future, which U.S. officials say could involve a major international effort to improve conditions in Haiti, which remains the poorest country in the western hemisphere.

Clinton ended the news conference on a note of optimism

"I believe that Haiti can come back even stronger and better in the future," she said.

Before her arrival, Clinton told reporters traveling with her that the Haitian government, itself battling to recover from the quake, had given the U.S. government leeway to meet emergency needs.

But she said this could be further expedited if the Haitian parliament passes a decree granting Preval's government more emergency powers -- some of which could be delegated to the United States -- such as imposing a curfew.

She said the United States would continue to work with both the Haitian government and the United Nations, which has about 7,000 peacekeepers on the island and primary responsibility for security.

**Exemplo de farto material cedido pela Reuters TV aos clientes, às vésperas do resgate dos mineiros soterrados no Chile:**

**1014LA CHILE-MINERS/TIMELINE @ Oct 11 03:47**

Oct 11 02:32

Modified Script Date

Oct 11 03:47 Script Version

2

Headline

Trapped Chile miners' two-month ordeal.

Services

Latin

Locations

SAN JOSE MINE, COPIAPO AND SANTIAGO, CHILE

Dates Shot

OCTOBER 9, 2010, RECENT, FILE

Sound

NATURAL WITH SPANISH SPEECH

Duration

5:49

Source

REUTERS/ CHILEAN GOVERNMENT TV/ TV N

Restrictions

PART NO ACCESS CHILE/ CNN/ INTERNET

Intro

A look back at the major events since 33 miners were trapped.

PLEASE NOTE: THIS EDIT CONTAINS CONVERTED 4:3 MATERIAL

RESENDING WITH FULL SCRIPT AND SHOTLIST

Shotlist

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - AUGUST 5, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (TVN - NO ACCESS CHILE/ CNN/ INTERNET)

1. VARIOUS OF FIREFIGHTERS AND RESCUERS AROUND MINE AFTER ACCIDENT
2. VARIOUS OF WORRIED AND CRYING RELATIVES OF TRAPPED MINERS
3. VARIOUS OF FIREFIGHTERS AND RESCUERS DOING FIRST LABOURS

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - AUGUST 22, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (GOVERNMENT TV - ACCESS ALL)

4. VARIOUS OF MINING MINISTER AND TECHNICIANS LOOKING AT CAMERA PLACED IN EXCAVATOR AND PULLING OUT NOTE WRITTEN BY MINERS
5. FIRST IMAGES OF TRAPPED MINER

## 6. VARIOUS OF MINISTER AND TECHNICIANS CELEBRATING

## 7. RELATIVES CELEBRATING

8. (SOUNDBITE) (Spanish) SEBASTIAN PINERA, CHILEAN PRESIDENT, SHOWING MINERS' NOTE, SAYING:

"The 33 of us in the shelter are well (reading from the miner's note). This came out today, from the middle of the mountain. From the deepest part of this mine. It's a message from our miners telling us that they are alive."

SANTIAGO, CHILE (FILE - AUGUST 22, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (TVN - NO ACCESS CHILE/ CNN/ INTERNET)

## 9. VARIOUS CHILEAN CELEBRATING IN STREETS

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - AUGUST 23, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (GOVERNMENT TV - ACCESS ALL)

10. VARIOUS OF MINERS INSIDE MINE RECEIVING SUPPLIES INCLUDING FOOD, DRINKS, MEDICINE

11. MINER'S HAND SIGNALING DRINKS HAVE BEEN RECEIVED

12. MINER PUTTING NICOTINE PATCH ON ANOTHER MINER

13. (SOUNDBITE) (Spanish) RENÁN ÁVALOS SILVA, MINER, SAYING:

"We're okay, don't worry. Be strong my love, I love you. A kiss."

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - SEPTEMBER 3, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

14. VARIOUS OF MACHINERY ARRIVING FOR PLAN B TO START RESCUE WORK AND PEOPLE APPLAUDING

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE -SEPTEMBER 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

15 VARIOUS OF WORKERS DRILLING TO RESCUE MINERS

SAN JOSE MINE, CHILE (RECENT - SEPTEMBER 28, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

16. ANDRE SOUGARRET, HEAD OF RESCUE OPERATION, WALKING TO JOURNALISTS

17. (SOUNDBITE) (Spanish) ANDRE SOUGARRET, HEAD OF RESCUE DRILLING OPERATION, SAYING:

"This headway has been some of the best we've had and it's due to the better continuity we've had with this drill."

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE/RECENT - SEPTEMBER 2010) (ORIGINALLY 4:3) (GOVERNMENT TV - ACCESS ALL)

18. VARIOUS OF MINERS WORKING INSIDE MINE

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - SEPTEMBER 5, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

19. BELL RINGING

20. VARIOUS OF RELATIVES COMMEMORATING ONE MONTH ANNIVERSARY OF ACCIDENT

SAN JOSE MINE, CHILE (RECENT - OCTOBER 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

21. (SOUNDBITE) (Spanish) MARÍA SEGOVIA, SISTER OF TRAPPED MINER, SAYING:

"They're getting closer to my boy, what do you think? It won't be long before they get our people out. We've found so hard. Thank God and that's to you too for being here with us."

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE/RECENT - SEPTEMBER 25, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (GOVERNMENT TV - ACCESS ALL)

22. VARIOUS OF TESTS BEING RUN ON CAPSULE TO LIFT MINERS OUT

SAN JOSE MINE, CHILE (RECENT - OCTOBER 2, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

23. VARIOUS OF TRUCKS CARRYING ROOMS WHERE MINERS WILL BE ATTENDED AND SEE RELATIVES WHEN THEY COME OUT

24. PEOPLE APPLAUDING

COPIAPÓ, CHILE (FILE - SEPTEMBER 15, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

25. EXTERIOR OF MEDICAL CLINIC

26. RELATIVES ENTERING MATERNITY UNIT

27. VARIOUS OF ESPERANZA, NEWBORN DAUGHTER OF TRAPPED MINER

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - SEPTEMBER 15, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

28. VARIOUS OF RELATIVES OF TRAPPED MINERS AT CAMP WATCHING MONITOR TO SEE MINER WATCHING NEWBORN DAUGHTER FOR FIRST TIME

SAN JOSE MINE, CHILE (FILE - SEPTEMBER 18, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (GOVERNMENT TV - ACCESS ALL)

29. VARIOUS OF TRAPPED MINERS INSIDE MINE CELEBRATING CHILEAN BICENTENNIAL INDEPENDENCE BY SINGING AND DANCING

SAN JOSE MINE, CHILE (OCTOBER 9, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (GOVERNMENT TV - ACCESS ALL)

30. VARIOUS OF DRILL WORKING AND WORKERS LOOKING ON

31. VARIOUS OF INTERIOR OF MINE AT MOMENT WHEN DRILL REACHES TRAPPED MINERS

### 32. VARIOUS OF WORKERS CELEBRATING AND OPENING A CHAMPAGNE BOTTLE

### 33. VARIOUS OF MINING MINISTER AND RELATIVES HUGGING EACH OTHER

#### Story

A cave-in at a small copper-and-gold mine near the northern Chilean city of Copiapo, 500 miles (800 km) north of Santiago left 33 miners trapped 2,300 feet (700 metres) underground.

Led by Mining Minister Laurence Golborne, authorities pinned their hopes on the possibility that the trapped miners have reached a shelter where oxygen, water and food had been stored.

By August 8, rescue workers begin drilling bore-holes 5 inches (12 cm) in diameter into the mine to try to locate the miners. But it's not until early on August 22 that a drill reached a depth of 2,260 feet (688 metres) and rescue workers heard tapping on the drill.

That day, an ecstatic Chilean President Sebastian Pinera announced that the miners had tied a note to the drill that says: "The 33 of us in the shelter are well."

Hours later, rescue workers captured the first video images of the miners, showing them to be in much better condition than expected.

"We're okay, don't worry. Be strong my love, I love you. A kiss," said miner Renan Avalos Silva.

Food, water and medicine were lowered to the miners, who were running low on supplies found in the rescue chamber.

Mining authorities organized three approaches dubbed Plan A, B and C to rescue the miners.

On September 17, the Plan B rescue drill reached the miners to the praise of the head of the drilling operation, Andre Sougarret.

"This headway has been some of the best we've had and it's due to the better continuity we've had with this drill," he said.

Over the next month, the small hole was widened over the next month to prepare for their evacuation. The miners themselves participated in the operation, taking turns clearing rocks and dividing chores.

Meanwhile, excitement rose among relatives keeping vigil outside the mine in an area they called Camp Hope.

"They're getting closer to my boy, what do you think? It won't be long before they get our people out. We've found so hard. Thank God and that's to you too for being here with us," said Maria Segovia, the sister of a trapped miner.

As the drilling continued, authorities built and tested the capsule which would lift the miners out, one-by-one.

They consulted experts and brought in housing units where the men would be examined by doctors and allowed to reunite privately with their relatives, away from the glare of journalists.

For miner Ariel Ticona, the reunion will be very special as he meets, for the first time, his newborn daughter who was born while he was trapped. Ariel and his wife Elizabeth named the baby Esperanza or hope after Camp Hope and the hope they held for a rescue.

Officials made every effort to include the miners in life above ground-- sending Ticona the video of his daughter's birth and sending the men party supplies to celebrate the country's bicentennial.

Much bigger celebrations took place on October 9 as rescuers finished drilling the escape shaft, triggering cheers and tears from relatives on the surface. The government said the evacuations are expected to begin on Wednesday (October 13) and may take several days.

#### NEWS GRAPHICS SCHEDULE 1550 GMT, WEDNESDAY, OCTOBER 13

SINGAPORE, OCTOBER 13 (Reuters)

Graphics Desk: Simon Scarr

Phone: +65 68703583

Fax: +65 68703782

E-mail: news.graphics@reuters.com

Internet: <http://about.reuters.com/graphics>

Help: <https://customers.reuters.com/crmcontactus/support.asp> - - - -

LATEST NEWS

- - - -

GAMES-HANDOVER/ - Map of Glasgow, Scotland, locating venues for the 2014 Commonwealth Games. Includes Glasgow 2014 logo and illustration of the main SECC precinct which holds three venues. RINGS.(SIN08).

\*\*15cm wide. AVAILABLE NOW.

- - - -

CHILE-MINERS/ASCENT - Diagram detailing how rescuers will hoist the trapped Chilean miners above ground. RINGS. (SIN01)

\*\*10cm wide. AVAILABLE NOW.

- - - -

CHILE-MINERS/TIMELINE - Timeline showing the key dates and events of the Chilean mine rescue saga. RINGS. (SIN02)

\*\*15cm wide. AVAILABLE NOW.

#### **Exemplos de *scripts* similares da APTN e Reuters TV sobre a visita de Sean Penn ao Haiti:**

##### **AP-APTN-1300: Haiti SeanPenn**

AP-APTN-1300: Haiti **SeanPenn**Saturday, 23 January 2010

STORY:Haiti **Sean** Penn- NEW Actor **Penn** in quake zone

LENGTH: 00:42

FIRST RUN: 2130

RESTRICTIONS: AP Clients Only

TYPE: English/Nat

**SOURCE: AP TELEVISION**

STORY NUMBER: 634376

DATELINE: Port-au-Prince - 22 Jan 2010

LENGTH: 00:42

SHOTLIST:

AP TELEVISION - AP CLIENTS ONLY

Port-au-Prince - 22 January 2010

++QUALITY AS INCOMING++

1. Wide of actor **SeanPenn** talking to relief workers

2. SOUNDBITE (English) **SeanPenn**, Actor:

"You know it sounds like a cliché but you don't, it's the wrong question, there is not going to be any too intense. No matter what happens here in Haiti it's not going to be my kid underneath that rubble, so we're not here to focus on what's intense to us."

3. Mother holding a child

4. Tracking shot of destruction on streets

5. **Penn** and former US Senator John Edwards talking in stairwell

#### **PENN VISITS HAITI**

US actor **SeanPenn** got a first hand look at the earthquake relief effort in Haiti on Friday (22JAN09).

He toured emergency health clinics and food distribution points and he lent his support to the mammoth international aid effort taking place in the country.

**Penn** has joined with Diana Jenkins, founder of Neuro Water, to set up the **Penn/Jenkins** Haitian Relief Organization.

Jenkins spent a (m) million dollars of her own money to get the organization on its feet.

A refugee in Bosnia in 1993, Jenkins says she can relate to the plight of the people of Haiti.

U

**Penn** and Jenkins arrived in Haiti from Miami with 11 doctors and a thousand water filters, which were distributed to villages around the capital.

**Penn** planned to spend a Friday meeting with aid groups and hospitals where he can funnel supplies.

APTN

---

AP-APTN-1300: Haiti Sean Penn

5138SB HAITI-QUAKE/SEAN PENN @ Jan 22 17:27 (11 days ago)

[New question about this script](#)

Original Script Date

Jan 22 17:27 (11 days ago)

Modified Script Date

Jan 22 17:27 (11 days ago)

Script Version

1

Headline

Actor Sean Penn assists relief efforts in Haiti.

Services

Showbiz

Location

PORT AU PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 22, 2010

Sound

NATURAL WITH ENGLISH SPEECH

Duration

2:11

**Source**

**REUTERS**

Restrictions

NONE

Intro

Actor Sean Penn helps out with relief efforts in Haiti.

Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 22, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. VARIOUS OF PEOPLE AT A GOLF COURSE TURNED INTO A CAMP FOR THE DISPLACED

2. ACTOR SEAN PENN WALKING

3. PENN SITTING AND TALKING

4. (SOUNDBITE) (English) ACTOR SEAN PENN SAYING:

"It's pretty much what we anticipated. The whole city's collapsed. So they've come out of their houses to stay away from the aftershocks and get food and water and whatever medical attention they need. So all we're doing this morning is asking the military what needs they have. And if they have some needs, they'll request it and then we'll go down and see what we can do."

(REPORTER QUESTION: How long do you plan on being in the country?)

"Well it doesn't look like it's going to end tomorrow. So I'll be around for a little bit. It's really, for me, there are really good people here. For me it's probably a week - something like that before I go away and come back. Soon as my hands get useless here and more useful there, collecting funds to pay for all this stuff. In the meantime we have a benefactor, Diana Jenkins who put down a million dollars so that we could get functioning very quickly."

(REPORTER QUESTION: "Could you explain to me the name of your organization?")

"That's Jenkins Pan Haitian Relief Organization."

## 5. PENN SITTING AND TALKING

6. (SOUNDBITE) (English) ACTOR SEAN PENN SAYING:

"It's not, at this moment, urgent to get people to send flip flops to Haiti. It's a question of antibiotics, painkillers, and doctors that can handle it. Transportation for them where they can identify where they can be most effective. Have I seen anything like this? I don't even know if there has been anything like this."

## 7. PENN TALKING TO REPORTERS

### Story

American actor Sean Penn on Friday (January 22) stopped by a golf course camp for people displaced in Haiti's earthquake to deliver antibiotics, painkillers and water filters.

The prestigious Club Petionville, on a hill in spacious grounds overlooking Port-au-Prince and the Caribbean sea beyond, has been transformed into probably the biggest camp for displaced in Haiti after last week's catastrophic earthquake.

The club, named for former Haitian President Alexandre Petion, largely escaped damage, save a few broken pillars.

As many as 1.5 million Haitians were made homeless by the Jan. 12 earthquake that rocked the small Caribbean country and devastated its capital of Port-au-Prince. They need food and water and many require medical care. Raw from aftershocks, some remain too traumatized to sleep under a roof.

"The whole city's collapsed. So they've come out of their houses to stay away from the aftershocks and get food and water and whatever medical attention they need. So all we're doing this morning is asking the military what needs they have. And if they have some needs, they'll request it and then we'll go down and see what we can do," Penn said. said.

Penn arrived in Haiti on Thursday to assist with relief efforts in the country.

Down the lawns and beyond a loose military cordon, the golf course is covered with tents, made from poles and sheets by people who flocked onto the club's grounds after the earthquake brought down its perimeter walls, as well as their homes.

"It's a question of antibiotics, painkillers, and doctors that can handle it. Transportation for them where they can identify where they can be most effective. Have I seen anything like this? I don't even know if there has been anything like this," Penn responded when asked if he had seen anything worse than this current devastation.

Haiti's government said on Thursday 400,000 survivors would be moved to new villages to be built outside the ravaged coastal city, where the homeless huddle, cook and sleep amid decaying corpses and mounds of garbage.

Interior Minister Paul Antoine Bien-Aime said the first wave would move 100,000 refugees to tent villages of 10,000 each near the town of Croix Des Bouquets northeast of the capital. Aid and food is

moving into Port-au-Prince, but many still lack basic necessities 10 days after the magnitude 7 quake battered the Western Hemisphere's poorest country and killed up to 200,000 people.

**Exemplo de imagem cedida por militares americanos sobre ajuda internacional ao Haiti, sem contextualização ou entrevistado:**

**58WD HAITI-QUAKE-MILITARY AID @ Jan 16 23:01**

Original Script Date

Jan 16 23:01 (6 days ago)

Modified Script Date

Jan 16 23:01 (6 days ago)

Script Version

1

Headline

U.S. Navy helicopters bring aid by air to Haiti.

Services

World

Location

AT SEA, NEAR HAITI / UNKNOWN LOCATIONS / PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 15, 2010

Sound

NATURAL

**Duration**

**1:55**

**Source**

**U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE**

**Restrictions**

**NONE**

**Intro**

**U.S. Navy sailors deliver** relief supplies and medical aid to victims of Haiti's devastating 7.0 magnitude earthquake.

Shotlist

AT SEA NEAR HAITI (JANUARY 15, 2010) (U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE - ACCESS ALL)

1. DECK OF USS CARL VINSON WITH RELIEF SUPPLIES BEING TRANSPORTED

2. U.S. NAVY SAILORS LOADING RELIEF SUPPLIES ONTO HELICOPTER

UNKNOWN LOCATIONS, HAITI (JANUARY 15, 2010) (U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE - ACCESS ALL)

3. AERIAL VIEW OF EARTHQUAKE DAMAGE

4. U.S. NAVY HELICOPTER WITH HAITIANS RUNNING TOWARDS IT FOR RELIEF SUPPLIES

5. INJURED PEOPLE BEING LOADED ONTO HELICOPTER

6. AERIAL VIEW OF EARTHQUAKE DAMAGE

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 15, 2010) (U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE - ACCESS ALL)

7. U.S. NAVY SAILORS OFF-LOADING INJURED PATIENTS AT TOUSSAINT L'OUVERTURE INTERNATIONAL AIRPORT

8. VARIOUS LOADING U.S. NAVY SAILORS LOADING WATER ONTO HELICOPTER

9. SAILORS LOADING DRINKS ONTO HELICOPTER

AT SEA, NEAR HAITI (JANUARY 15, 2010) (U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE - ACCESS ALL)

10. USS CARL VINSON

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 15, 2010) (U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE - ACCESS ALL)

11. HELICOPTERS LANDING AT TOUSSAINT L'OUVERTURE INTERNATIONAL AIRPORT

12. VARIOUS SAILORS OFF-LOADING BOTTLED WATER FROM HELICOPTERS

#### Story

U.S. Navy helicopters took off from the USS Carl Vinson aircraft carrier on Friday (January 15) loaded with relief supplies for victims of Haiti's devastating 7.0 magnitude earthquake. As one helicopter approached the ground to land, a crowd of people ran towards it, eager to collect basic supplies like fresh bottled water. In addition to delivering supplies, Navy helicopters also ferried injured Haitians back to Toussaint L'Ouverture International Airport to receive medical attention. The airport has become a staging area for U.S. relief operations, where fresh supplies are delivered from the USS Carl Vinson before being flown into damaged areas.

**Exemplo de boletim criado pela Reuters (*Africa Daily*) com reportagens exclusivas sobre a região:**

1085AD KENYA/FILE-REFERENDUM PREPARATIONS @ Aug 02 11:41 (8 days ago)

[New question about this script](#)

Original Script Date

Aug 02 11:15 (8 days ago)

Modified Script Date

Aug 02 11:41 (8 days ago)

Script Version

3

Headline

Kenyan prepare for referendum on new constitution.

Services

Af Daily

Location

NAIROBI, KENYA / VARIOUS FILE LOCATIONS, KENYA

Dates Shot

AUGUST 1, 2010, FILE

Sound

NATURAL WITH SWAHILI AND ENGLISH SPEECH

Duration

3:40

Source

REUTERS

Restrictions

NONE

Intro

PLEASE NOTE: THIS EDIT CONTAINS CONVERTED 4:3 MATERIAL

Campaigning continues for a final weekend ahead of Kenya's referendum on a draft constitution meant to avert a repeat of the post-election tribal bloodletting that shook east Africa's largest economy in early 2008.

Shotlist

NAIROBI, KENYA (AUGUST 1, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. VARIOUS OF CROWD OF SUPPORTERS OF PROPOSED CONSTITUTION WAVING SMALL GREEN FLAGS READING "YES"

2. GROUP OF PEOPLE DRESSED IN GREEN T-SHIRTS, SHOUTING "YES"

3. KENYAN PRESIDENT MWAI KIBAKI AND PRIME MINISTER RAILA ODINGA SEATED AT RALLY

4. (SOUNDBITE) (Swahili) KENYAN PRESIDENT MWAI KIBAKI, SAYING:

"We have been divided in the past, people were in small splinter groups, but now we are together. We can see where we are going as a people and we will succeed. Therefore there is no need for anyone else to drag us behind or even stop us."

5. DANCERS AT RALLY

6. WOMAN DRESSED IN GREEN WITH "YES" PAINTED ON HER LEG

7. VARIOUS OF MAN WEARING HAT SHOWING PICTURE OF BARACK OBAMA AND RAILA ODINGA

8. (SOUNDBITE) (Swahili) KENYA'S PRIME MINISTER, RAILA ODINGA SAYING:

"This has been a very long journey and many have died along the way, others have been maimed and others have become orphans. Some of us are lucky to be here and we have a responsibility to make sure that the flag is flown high up. This is going to be a new Kenya - the re-birth of this republic will be on the 5th of this month."

9. CROWD OF SUPPORTERS AT RALLY

10. OPPONENTS OF NEW CONSTITUTION AT RALLY ADDRESSED BY WILLIAM RUTO, KENYA'S MINISTER OF HIGHER EDUCATION AND LEADER OF GROUP OPPOSED TO DRAFT CONSTITUTION

11. VARIOUS OF CROWD WITH SMALL RED SIGNS READING "VOTE NO"

12. (SOUNDBITE) (English) MINISTER OF HIGHER EDUCATION AND 'NO' CAMPAIGNER WILLIAM RUTO, SAYING:

"We stand as the people of Kenya to say 'no' to this constitution. The contest is between people on the other side who tell us they are tired, who tell us they have waited for too long, who do not want to read the contents of the draft and those of us who say we not only want a new constitution; we want a just and fair constitution for our country."

13. VARIOUS OF THE 'NO' CROWD

NAIVASHA, KENYA (FILE - 2008) (ORIGINALLY 4:3) (REUTERS - ACCESS ALL)

14. YOUTHS WAVING STICKS AND MACHETES

15. HOUSE ON FIRE

16. PEOPLE LOOKING IN THROUGH WINDOW

17. BODIES OF PEOPLE BURNT IN HOUSE

18. BLEEDING MAN BEING ASSISTED BY POLICE

NAIROBI, KENYA (FILE - 2008) (ORIGINALLY 4:3) (REUTERS - ACCESS ALL)

19. KIBAKI AND ODINGA SIGNING DEAL TO END POLITICAL CRISIS

20. WIDE OF SIGNING CEREMONY

21. KIBAKI AND ODINGA SHAKING HANDS

Story

Kenians will vote on Wednesday (August 4) in a referendum on a new constitution, seen as important to avoid a repeat of election tribal bloodletting, which took east Africa's Largest economy to the brink of anarchy in 2008. A previous attempt to pass a new constitution failed in 2005. The draft proposes a presidential system but with greater checks and balances on executive power, a fundamental shift seen as an essential tool to remove the tribal winner-takes-all approach to past elections. A new constitution formed part of the deal that brought the current coalition government together after the contested 2007 presidential election, which triggered violence that left at least 1,200 people dead and hundreds of thousands displaced. Kenya's President Mwai Kibaki addressed a rally in support of the proposed constitution on the final weekend of campaigning before the referendum. "We have been divided in the past, people were in small splinter groups, but now we are together. We can see where we are going as a people and we will succeed. Therefore there is no need for anyone else to drag us behind or even stop us," he said on Sunday (August 1). Kenians have been waiting decades for a new constitution to replace one dating back to independence from Britain in 1963 that critics say has exacerbated corruption and tribalism.

**Sequência de *scripts* com assuntos relacionados à zona de interesse dos Estados Unidos:**

3169LA USA-ARGENTINA @ Aug 11 21:34 (3 days ago)

[New question about this script](#)

Original Script Date

Aug 11 21:34 (3 days ago)

Modified Script Date

Aug 11 21:34 (3 days ago)

Script Version

1

Headline

Argentina FM happy with progress between Colombia and Venezuela, says Falklands/Malvinas permanent issue with UN.

Services

Latin

Location

WASHINGTON DC, UNITED STATES; STANLEY AND DARWIN AND AT SEA, FALKLAND ISLANDS

Dates Shot

AUGUST 11, 2010, FILE

Sound

NATURAL WITH SPANISH SPEECH

Duration

2:27

Source

REUTERS AND CH.4

Restrictions

PART NO ACCESS UK/ABC (AUST)/TVNZ/.CO.UK SITE (INTERNET)

Intro

Argentina's Foreign Minister says he is "very pleased" with progress made between Colombia and Venezuela on ending recent diplomatic spat, says Falklands/Malvinas is a permanent matter with the United Nations.

Shotlist

WASHINGTON, D.C., UNITED STATES (AUGUST 11, 2010) (REUTERS -- ACCESS ALL)

1. GENERAL VIEW OF ARGENTINA'S FOREIGN MINISTER HECTOR TIMERMAN  
STANDING AT PODIUM

2. JOURNALISTS

3. (SOUNDBITE) (Spanish) ARGENTINA'S FOREIGN MINISTER HECTOR TIMERMAN  
TALKING ABOUT THE CHANGING POLITICAL ATMOSPHERE IN LATIN AMERICA,  
SAYING:

"We believe that those philosophical changes in Latin America are positive. It demonstrates that Latin America is a democratic continent and within that democracy, governments from different philosophies can continue working together. We do not have any objections against any election. We are happy when there are elections and it makes us happy when people vote and express themselves with their vote and that those governments represent them. We will have dialogues with all of them and that demonstrates the level of Latin America's maturity."

4. GENERAL VIEW OF TIMERMAN AT PODIUM

5. (SOUNDBITE) (Spanish) ARGENTINA'S FOREIGN MINISTER HECTOR TIMERMAN  
TALKING ABOUT ARGENTINA'S CONTINUED CLAIM OF SOVEREIGNTY OVER THE  
FALKLAND ISLANDS/MALVINAS, SAYING:

"It is a permanent matter for us. I have spoken with (United Nations) Secretary General Ban Ki-moon and I have asked him to use his good standing with England to finally get England to sit down at the table for a peaceful dialogue, a mature dialogue, a dialogue between countries that want this matter resolved and not let it become a cumbersome inheritance for future generations."

#### 6. GENERAL VIEW OF TIMERMAN AT PODIUM

STANLEY, FALKLAND ISLANDS/MALVINAS (FILE-MAY 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

#### 7. RUSTY SHIP IN STANLEY HARBOUR WITH TOWN IN BACKGROUND

#### 8. DUCK IN HARBOUR

#### 9. ROOFTOPS IN STANLEY

#### 10. VARIOUS OF HOUSE FLYING BRITISH FLAG

#### 11. BRITISH FLAG

AT SEA, FALKLAND ISLANDS/MALVINAS (FILE) (CHANNEL FOUR - NO ACCESS UK/ABC (AUST)/TVNZ/.CO.UK SITES (INTERNET)

#### 12. VARIOUS OF OCEAN GUARDIAN OIL RIG BEING USED FOR OIL EXPLORATION

STANLEY, FALKLAND ISLANDS/MALVINAS (FILE-MAY 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

#### 13. GENERAL VIEW OF MIST ROLLING OVER MOUNTAIN

#### 14. MORTAR LEFT BY ARGENTINE SOLDIERS DURING CONFLICT

#### 15. VARIOUS OF EQUIPMENT DISCARDED BY ARGENTINE SOLDIERS ON MOUNTAIN

DARWIN, FALKLAND ISLANDS/MALVINAS (FILE-MAY 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

#### 16. VARIOUS OF GENERAL VIEWS OF CEMETERY FOR ARGENTINE SOLDIERS KILLED DURING CONFLICT

#### Story

Argentina's Foreign Minister Hector Timerman held a news conference in Washington, DC following a meeting with his counterpart, U.S. Secretary of State Hillary Clinton who praised Argentina's efforts to try to end the latest in a string of disputes between Colombia and Venezuela.

Timerman told journalists that Argentina applauded Latin America's shift in political philosophies, saying they would hold diplomatic dialogue with anyone.

"We believe that those philosophical changes in Latin America are positive. It demonstrates that Latin America is a democratic continent and within that democracy, governments from different philosophies can continue working together," Timerman said. "We will have dialogues with all of them and that demonstrates the level of Latin America's maturity."

Timerman, who is on the second of a two day trip to the United States, said Argentina was "very satisfied" with the dialogue between Colombian President Juan Manuel Santos and Venezuela's Hugo Chavez to end the recent diplomatic rift between the two ideologically opposed nations.

The Argentine Foreign Minister also told journalists that his country's claims of sovereignty over the Falkland Islands, which Argentina calls Malvinas, was a permanent matter with the United Nations.

"It is a permanent matter for us. I have spoken with (United Nations) Secretary General Ban Ki-moon and I have asked him to use his good standing with England to finally get England to sit down at the table for a peaceful dialogue, a mature dialogue, a dialogue between countries that want this matter resolved and not let it become a cumbersome inheritance for future generations," Timerman said.

Timerman also met with Gary Samore, Special Coordinator for U.S. President Barack Obama and the White House, International Economic Affairs advisor Michael Forman and the advisor for Latin American affairs Dan Restrepo.

3232LA PERU-BERENSON UPDATE @ Aug 19 01:19 (1 day ago)

[New question about this script](#)

Original Script Date

Aug 18 23:36 (1 day ago)

Modified Script Date

Aug 19 01:19 (1 day ago)

Script Version

3

Headline

Lori Berenson and son await transfer to prison in Justice Ministry.

Services

Latin

Location

LIMA, PERU

Dates Shot

AUGUST 18, 2010

Sound

NATURAL WITH SPANISH SPEECH

Duration

1:24

Source

REUTERS AND CH N

Restrictions

PART NO ACCESS PERU

Intro

PLEASE NOTE: THIS EDIT CONTAINS CONVERTED 4:3 MATERIAL

=====EDITORS PLEASE NOTE: RESENDING WITH FULL SHOT LIST AND SCRIPT=====

Lori Berenson arrives at the Justice Ministry with her small son where she is to be processed before being taken to the women's prison.

Shotlist

LIMA, PERU (AUGUST 18, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (CH N - NO ACCESS PERU)

1. EXTERIOR OF JUSTICE PALACE

2. JOURNALISTS AND CAMERAMEN WAITING FOR THE ARRIVAL OF LORI BERENSON

### 3. VARIOUS OF BERENSON AND SON SALVADOR ENTERING THE BUILDING AMID JOURNALISTS

LIMA, PERU (AUGUST 18, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

### 4. (SOUNDBITE) (Spanish) FORMER PROSECUTOR FOR THE JUSTICE DEPARTMENT, RONAL GAMARRA, SAYING:

"The judicial power should rule in a definitive manner on the the concession of penitentiary benefits to Lori Berenson, the only thing they are doing is going back to look at a document of home registry that will be obtained as quickly as possible that that she will take to the judge to dictate again a resolution of concession of penitentiary benefits."

LIMA, PERU (AUGUST 18, 2010) (ORIGINALLY 4:3) (CH N - NO ACCESS PERU)

### 5. JOURNALISTS AWAITING THE EXIT OF BERENSON

#### Story

U.S. citizen Lori Berenson, who spent a decade and a half in prison in Peru for collaborating with leftist rebels, was back in police custody on Wednesday (August 18) after a court revoked her parole. Berenson was released on parole in May after serving almost 15 years of a 20-year sentence for aiding the Tupac Amaru Revolutionary Movement, or MRTA, an urban guerrilla group.

But a panel of judges ruled the release of the 40-year-old American was flawed because police had failed to confirm where she would be living while on parole in Lima. She could be released again after the issue is cleared up, perhaps in a matter of days, a Justice Ministry official said. Berenson turned herself in voluntarily to Peruvian police when the court decision was announced while she was at the U.S. embassy for a previously scheduled consular appointment. Later in the day she arrived at the Justice Ministry carrying her small son, where she was to be processed before being taken to the women's prison. A New York native who studied at the Massachusetts Institute of Technology before becoming involved in social justice issues in Latin America, Berenson was arrested on a bus in Peru in 1995 and charged with belonging to the MRTA. In a rare public statement, Berenson was televised on Monday at a court hearing where she publicly apologized for working with the Marxist guerrilla movement.

Her release on parole in May provoked controversy in Peru, a country still traumatized by violent conflict that killed some 70,000 people. The MRTA was active in the 1980s and '90s when a larger armed insurgency, the Maoist Shining Path, was also fighting to overthrow the Peruvian government.

**Exemplos de *scripts* gerados pela Reuters TV num espaço de 30 minutos. No primeiro, o ex-presidente americano apenas aparece na imagem. No segundo, concede entrevista:**

#### **1227WD HAITI-QUAKE CLINTON HOSPITAL @ Jan 18 21:04**

Original Script Date

Jan 18 21:04 (3 days ago)

Modified Script Date

Jan 18 21:04 (3 days ago)

Script Version

1

Headline

**Former U.S. President Bill Clinton and daughter Chelsea tour Haiti hospital.**

Services

World

## Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

## Dates Shot

JANUARY 18, 2010

## Sound

NATURAL

## Duration

2:11

## Source

RESTRICTED POOL

**Restrictions**

**NO ACCESS USA/CNN/YAHOO/AOL/WIRELESS**

**Intro**

Former U.S. President Bill Clinton, the UN special envoy for Haiti, tours a Port-au-Prince field hospital treating earthquake injured.

## Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 18, 2010) (RESTRICTED POOL - NO ACCESS USA/CNN/YAHOO/AOL/WIRELESS)

1. VARIOUS OF FORMER U.S. PRESIDENT AND UN SPECIAL ENVOY FOR HAITI, BILL CLINTON, WALKING WITH DOCTORS AT AIRPORT
2. CLINTON ENTERING FIELD HOSPITAL
3. VARIOUS OF CLINTON VISITING MAN WITH SKULL FRACTURE
4. ELDERLY MAN LYING ON HOSPITAL BED
5. CLINTON TALKING TO PEOPLE AT HOSPITAL
6. VARIOUS OF CLINTON WALKING
7. CLINTON SHAKING HANDS WITH DOCTORS
8. CLINTON WITH DAUGHTER CHELSEA

## Story

Former U.S. President Bill Clinton toured a field hospital at the Port-au-Prince airport on Monday (January 18).

Clinton was in Haiti as part of a U.S.-led response to offer relief after Tuesday's (January 12) 7.0 earthquake earthquake ravaged vast swathes of the capital city and the surrounding areas.

Clinton and his daughter Chelsea visited injured patients, including one man with a skull fracture, and spoke with doctors.

U.S. President Barack Obama has mobilized a huge emergency aid effort for Haiti and officials say the United States will remain involved in rebuilding the impoverished Caribbean nation so that, after some 200 years of independence, it can eventually stand on its own.

-ENDS-

**1228WD HAITI-QUAKE CLINTON UPDATE @ Jan 18 21:31**

Original Script Date

Jan 18 21:08

Modified Script Date

**Jan 18 21:31**

Script Version

2

Headline

**Former U.S. President Bill Clinton tours Haiti hospital.**

Services

**World**

Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 18, 2010

Sound

NATURAL WITH ENGLISH SPEECH

Duration

1:42

Source

**REUTERS**

Restrictions

NONE

**EDITORS PLEASE NOTE: RESENDING WITH SHOT LIST AND SCRIPT**

Former U.S. President Bill Clinton tours a Haiti hospital and pledges to do as much as possible in the wake of the devastating earthquake.

Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 19, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. VARIOUS OF FORMER U.S. PRESIDENT BILL CLINTON AND DAUGHTER CHELSEA SPEAKING TO REPORTERS OUTSIDE HOSPITAL
2. CLINTON WALKING WITH REPORTERS, BEING ESCORTED BY DOCTOR
3. VARIOUS OF CLINTON TOURING HOSPITAL
4. VARIOUS OF PATIENTS
5. CLINTON TALKING TO DOCTORS
6. INJURED BOY LYING ON BED
7. CLINTON'S HAND ON BOY'S KNEE
8. (SOUNDBITE) (English) FORMER U.S. PRESIDENT BILL CLINTON SAYING:

"There's a spirit of calm in the streets. It's amazing. I think people know this is a pivotal moment and I think they sense people are trying to get in to help I hope it will be rebuilt in a much stronger and sustainable way. And I think the Haitians want that. And you know, if anything I do can impact it, I'm prepared to do whatever it takes, however long it takes. Dennis O' Brien (Irish businessman, head of Digicel - Haiti's main cell company) and I are going into old age fighting for Haiti's future."

## 9. VARIOUS OF CLINTON UNLOADING AID

### Story

Former U.S. President Bill Clinton toured a field hospital at the Port-au-Prince airport on Monday (January 18). Clinton was in Haiti as part of a U.S.-led response to offer relief after Tuesday's (January 12) 7.0 earthquake that ravaged vast swathes of the capital city and the surrounding areas.

Clinton and his daughter Chelsea visited injured patients, including one man with a skull fracture, and spoke with doctors. The former president pledged to do as much as he could to help the beleaguered country.

"There's a spirit of calm in the streets. It's amazing. I think people know this is a pivotal moment and I think they sense people are trying to get in to help I hope it will be rebuilt in a much stronger and sustainable way. And I think the Haitians want that. And you know, if anything I do can impact it, I'm prepared to do whatever it takes, however long it takes. Dennis O' Brien (Irish businessman, head of Digicel - Haiti's main cell company) and I are going into old age fighting for Haiti's future," he said.

U.S. President Barack Obama has mobilized a huge emergency aid effort for Haiti and officials say the United States will remain involved in rebuilding the impoverished Caribbean nation so that, after some 200 years of independence, it can eventually stand on its own.

### **Exemplos de vários países e fontes envolvidas na cobertura do Haiti:**

#### **1225LA PERU-QUAKE/HAITI BLESSING @ Jan 18 20:56 (3 days ago)**

Original Script Date

Jan 18 20:14 (3 days ago)

Modified Script Date

Jan 18 20:56 (3 days ago)

Script Version3

Headline

Indigenous group performs ritual asking Mother Earth to help victims in Haiti.

Services

Latin

Location

LIMA, PERU

Dates Shot

JANUARY 18, 2010

Sound

NATURAL WITH SPANISH SPEECH

Duration

1:38

Source

**REUTERS**

Restrictions

NONE

Intro

==EDITORS NOTE, RESENDING WITH FULL SCRIPT AND SHOTLIST==

An indigenous group honors Mother Earth with an Incan ceremony asking her to help those in need in Haiti.

Shotlist

LIMA, PERU (JANUARY 18, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. EXTERIOR OF THE LIMA MUNICIPALITY BUILDING
2. ANDEAN PRIEST TOUCHING THE "PUTUTO" (MOLLUSK SHELL) TO BEGIN THE INCAN CEREMONY
3. GROUP OF INDIGENOUS PEOPLE CHEWING COCA LEAVES DURING THE RITUAL
4. MEMBER OF INDIGENOUS GROUP, HILARIA SUPA, SELECTING COCA LEAVES TO OFFER TO MOTHER EARTH
5. VISITORS WAITING IN LINE TO BRING OFFERINGS TO MOTHER EARTH
6. OFFERINGS OF CORN, ROLLS, INCENSE STICK, CHEESE AND COCA LEAVES
7. PRIEST GATHERING THE OFFERINGS FOR THE RITUAL
8. PRIEST BURNING AN INCENSE STICK (PALO SANTO) TO HONOR MOTHER EARTH
9. MAN REPRESENTING THE LAST PRE-COLUMBIAN GOVERNOR OF LIMA, TAULICHUCO, CHANTING AND ASKING MOTHER EARTH TO HELP THE VICTIMS IN HAITI
10. GUESTS PARTICIPATING IN THE ANDEAN RITUAL
11. MEMBER OF INDIGENOUS GROUP, HILARIA SUPA, THROWING A SACRED INCAN DRINK, "CHICHA DE JORA" AS AN OFFERING
12. (SOUNDBITE) (Spanish) MEMBER OF INDIGENOUS GROUP, HILARIA SUPA, SAYING:  
 "On this very sacred day we have come together to show our solidarity with our brothers in Haiti, so that they will not suffer, so that Mother Earth and all of our ancestors will help them."
13. ANDEAN PRIESTS BURNING FLOWERS, COCA LEAVES AND INCENSE STICK WRAPPED IN PAPER AS AN OFFERING TO MOTHER EARTH
14. LINE OF GUESTS WAITING IN LINE TO LEAVE THEIR OFFERINGS

Story

Andean priests led a ceremony on Monday (January 18) in Peru asking Mother Earth to stop trembling and allow the injured and needy in Haiti to receive the help they desperately need. The pre-Columbian Incans believed that the "Pago a la pachamama" or "Tribute to Mother Earth" ceremony would bless them with fortune and an abundant harvest. Indigenous groups have revived the ancient ceremony and this year asked the gods to help unify the people of Haiti as they try to pick up the pieces following last week's devastating 7.0 earthquake. Participants brought traditional offerings of corn, bread, coca leaves, cheese and incense sticks to give to "pachamama" or Mother Earth. Hilaria Supa selected coca leaves and presented a sacred Inca drink called the "chicha de jora".

"On this very sacred day we have come together to show our solidarity with our brothers in Haiti, so that they will not suffer, so that Mother Earth and all of our ancestors will help them," said Supa.

The ceremony was part of a wider celebration of the 475th anniversary of the founding of Lima held in the capital.

1) **1226WD HAITI-MSF @ Jan 18 20:46 (3 days ago)**

[New question about this script](#)

Original Script Date

Jan 18 20:08 (3 days ago)

Modified Script Date

Jan 18 20:46 (3 days ago)

Script Version

2

Headline

Doctors in Haiti fear suffering is far from over.

Services

World

Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 17, 2009

Sound

NATURAL WITH FRENCH SPEECH

Duration

3:09

Source

**MSF**

Restrictions

NONE

Intro

Medical teams setting up mobile hospitals in quake-stricken Haiti say they are already overwhelmed by the casualties and fear the worst is yet to come as infection and disease take hold.

Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 17, 2010) (MSF HANDOUT - ACCESS ALL)

1. PEOPLE BEHIND SECURITY FENCE AT MSF (MEDECINS SANS FRONTIERES) HOSPITAL

2. VARIOUS EXTERIORS OF MAKESHIFT HOSPITAL

3. WOMAN WITH AMPUTATED ARM ON STRETCHER ON THE FLOOR

4. YOUNG BOY WITH INJURED LEG BEING TREATED

5. (SOUNDBITE)(French) UNNAMED MSF DOCTOR SAYING:

"Lots of the injuries are open fractures, which will need a rapid amputation if we don't want gangrene, body tissue decay or septic problems."

6. MEDICAL WORKER WASHING DRESSINGS

7. MEDICAL WORKER WRAPPING FOOT

8. GIRL WITH BANDAGES IN HER MOUTH TO STEM PAIN / PAN TO HER LEG BEING TREATED

9. INJURED LAYING ON FLOOR

10. GIRL BEING HELPED INTO A WHEELCHAIR

11. GIRL BEING WHEELED AWAY

12. (SOUNDBITE)(French) UNNAMED MSF DOCTOR SAYING:

"When the quake happened, the building suffered, it is an old construction, and it is now riddled with cracks, especially the second floor, so we won't go in, we have condemned it."

13. EXTERIOR OF MAKESHIFT OPERATING TENTS

14. INJURED LAYING ON THE FLOOR IN TENTS

15. (SOUNDBITE)(French) UNNAMED INJURED WOMAN SAYING:

"I couldn't breathe, the whole house collapsed on me... hell, I couldn't breathe, I couldn't move."

16. INJURED IN MAKESHIFT HOSPITAL

17. MEDICAL WORKERS CHECKING PATIENTS

18. MEDICAL WORKERS SORTING MEDECINS

19. MEDICAL WORKERS TREATING PATIENTS

20. EXTERIORS OF FIELD HOSPITAL

21. (SOUNDBITE)(French) UNNAMED INJURED WOMAN SAYING:

"They dragged me out and I could breath, I could see that my arm was broken, my leg was broken, and my head was crushed. Crushed!"

22. MAKESHIFT TENTS

23. PATIENTS IN MAKESHIFT TENTS

24. PATIENT ON THE FLOOR IN A BUS SHELTER

25. PATIENT ON FLOOR IN MAKESHIFT TENT

26. PATIENT BEING FANNED

27. PATIENTS LAID OUT ON THE FLOOR

28. CRACKED BUILDING

## Story

An earthquake killing up to 200,000 people would have been bad enough anywhere, but in Haiti, where AIDS, tuberculosis and malaria are rampant, children are malnourished and hygiene is already a challenge, it may create one of the worst medical disasters ever. Medical teams pouring in to set up mobile hospitals say they are already overwhelmed by the casualties and fear the worst is yet to come as infection and disease take hold.

Haitian government officials said the death toll from Tuesday's magnitude 7 quake was likely to be between 100,000 and 200,000, and no one has even begun to get a count of injuries, which include crushed or amputated limbs, compound fractures and lacerations.

Without quick treatment, these wounds will become infected.

"Lots of the injuries are open fractures, which will need a rapid amputation if we don't want gangrene, bacterial decay or septic problems," said one doctor with the French aid organisation, Medecins Sans Frontieres (Doctors Without Borders).

The injured are being cared for wherever there is room, if there is no room in field hospitals, then in makeshift hospitals where the operating theatres are sectioned off by sheets, or in bus shelters, anything to avoid the buildings - those still standing are considered unsafe.

"When the quake happened, the building suffered, it is an old construction, and it is now riddled with cracks, especially the second floor, so we won't go in, we have condemned it," the MSF doctor went on.

Medical teams have flown in mobile hospitals and tons of supplies, but have often been unable to get them set up because roads are destroyed and security lacking.

Haiti has struggled for decades with political turmoil and conflict, grinding poverty and devastating natural disasters such as floods and landslides, which has kept it at the bottom of development rankings in the Americas.

The United States and the United Nations are spearheading a huge relief operation for the quake victims and international donors are preparing more meetings this month and next to coordinate financial assistance to the Caribbean country.

### 2) 1220WD HAITI-QUAKE/TAIWAN RESCUE TEAM @ Jan 18 19:58 (3 days ago)

[New question about this script](#)

Original Script Date

Jan 18 19:16 (3 days ago)

Modified Script Date

Jan 18 19:58 (3 days ago)

Script Version

2

Headline

Taiwan rescue team launches search efforts in quake-ravaged Haiti.

Services

**World**

Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 18, 2010

Sound

NATURAL WITH MANDARIN SPEECH

Duration

2:24

Source

**REUTERS**

Restrictions

NONE

Intro

Taiwan sends search and rescue team to Haiti that includes two specially trained canine units to sniff out people who may be alive and buried under the rubble.

Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 18, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. TAIWAN FLAG

2. GENERAL VIEW OF TAIWAN SEARCH TEAM COMMAND POST AT THE PORT-AU-PRINCE HOSPITAL

3. VARIOUS OF TAIWAN SEARCH AND RESCUE UNITS COORDINATING AND SPEAKING ON THE PHONE

4. (SOUNDBITE) (Mandarin) MEMBER OF THE TAIWANESE RED CROSS, CHONG CHON, SAYING:

"We're from the Taiwanese Red Cross organization. For this mission, we are cooperating with the Taipei Search and Rescue team and the general hospital. This rotation has 27 people from the search and rescue team and six from the medical team. the total number of our team is 33. We believe that we will try our best to help and do whatever we can for this organization."

5. TAIWAN MEDICAL EMBLEM

6. GENERAL VIEW OF TAIWAN SEARCH AND RESCUE AT THEIR COMMAND POST

7. FLAG THAT READS: "TAIPEI CITY, URBAN SEARCH AND RESCUE"

8. MEMBERS OF TAIWAN SEARCH AND RESCUE TEAM SPEAKING TO EACH OTHER

9. TAIWAN SEARCH AND RESCUE WORKER TESTING EQUIPMENT

10. (SOUNDBITE) (Mandarin) TAIPEI SEARCH AND RESCUE TEAM MEMBER, GUO AN SU, SAYING:

"We have 27 people from the search and rescue team. We are divided into search and rescue and logistics and a medical group. And they are all well-trained. They have a certificate of EMT (Emergency Medical Technician) at second level."

11. VARIOUS OF TAIWAN SEARCH AND RESCUE TEAM SITTING AT THEIR COMMAND POST

12. (SOUNDBITE) (Mandarin) MEMBER OF TAIWANESE RED CROSS, CHONG CHON, SAYING:

"We arrived int Haiti yesterday and security was our biggest concern. We are carrying our search and rescue team here."

### 13. VARIOUS OF SEARCH AND RESCUE TEAM FROM TAIWAN SITTING IN THE COMMAND POST

#### Story

As part of global efforts to send aid and relief to quake-ravaged Haiti, Taiwan sent a contingent of rescue workers who were on the ground on Monday (January 18) in Port-au-Prince. Taiwan is leading political rival China in aid to quake-stricken Haiti, sending \$5 million to help a diplomatic ally that Beijing may one day hope to woo. The rivals have long-competed for international recognition, and Haiti is one of only 23 mostly small, impoverished nations that still has diplomatic relations with Taiwan. "We're from the Taiwanese Red Cross organization. For this mission, we are cooperating with the Taipei Search and Rescue team and the general hospital. This rotation has 27 people from the search and rescue team and six from the medical team. the total number of our team is 33. We believe that we will try our best to help and do whatever we can for this organization," said Chong Chon, a member of the Taiwanese Red Cross.

He added that security was a major concern for his his group. China is pledging a total 30 million yuan (\$4.40 million) in aid and on Saturday sent a plane with \$2 million in medical supplies, tents and clothing after Tuesday's earthquake ruined the Caribbean nation's capital Port au Prince.

Taiwan has declined to work jointly with China on relief efforts in Haiti, Taiwan's Central News Agency reported.

Taiwan has sent two missions to Haiti, totalling 56 people and two specially trained dogs, its foreign ministry said.

Taiwan's ambassador to Haiti was injured during the quake, and its embassy destroyed.

The team rescued two people alive on Sunday from the rubble of the devastated Haitian capital.

Tens of thousands of victims are still believed buried under the rubble.

#### **6)1205WD HAITI-6) GERMANS/FIELD HOSPITAL @ Jan 18 18:54 (3 days ago)**

[New question about this script](#)

Original Script Date

Jan 18 17:50 (3 days ago)

Modified Script Date

Jan 18 18:54 (3 days ago)

Script Version

2

Headline

Crew of international doctors fight for lives of Haiti quake survivors.

Services

World

Location

PORT-AU-PRINCE, HAITI

Dates Shot

JANUARY 18, 2010

Sound

NATURAL WITH GERMAN AND ENGLISH SPEECH

Duration

2:35

Source  
 REUTERS  
 Restrictions  
 NONE  
 Intro

=== CLIENTS PLEASE NOTE: RESENDING WITH FULL SCRIPT ===

A crew of doctors from Germany, Belgium, Canada and the Netherlands work around the clock to try and save as many Haiti quake survivors as possible -- and most of whom are amputees.

Shotlist

PORT-AU-PRINCE, HAITI (JANUARY 18, 2010) (REUTERS - ACCESS ALL)

1. TRACKING SHOT ALONG ROAD OF COLLAPSED HOUSES ON WAY TO PORT-AU-PRINCE'S "DELMAS" DISTRICT

2. VARIOUS OF AID ORGANISATION "INTERNATIONAL SEARCH AND RESCUE" (I.S.A.R.) GERMANY'S BRANCH MEMBERS SEATED IN VAN

3. HELICOPTER FLYING PAST

4. TENTS SET UP IN GRASS, PARKED PLANES IN BACKGROUND

5. PLANE LANDING

6. CARGO PLANE TAXIING

7. SIDE SHOT OF I.S.A.R. GERMANY TENT

8. LOCAL PEOPLE HELPING INJURED PERSON OUT OF A CAR AND PUTTING HER ONTO PLASTIC CHAIR

9. FIELD HOSPITAL TENTS SET UP BY GERMAN, CANADIAN, BELGIAN AND DUTCH AID ORGANISATIONS

10. AID WORKERS CARRYING INJURED PERSON ON STRETCHER TO TENT

11. MORE INJURED ARRIVING ON STRETCHER, CARRIED THROUGH CROWD

12. VARIOUS OF AMPUTEES BEING TENDED AT FIELD HOSPITAL

13. VARIOUS OF DOCTORS AT WORK AT FIELD HOSPITAL

14. SCREAMING INJURED WOMAN BEING TENDED TO

15. (SOUNDBITE) (German) GERMAN DOCTOR, MICHAEL EDGE SAYING:

"Since the domestic medical system collapsed totally and since other doctors in this poor country left a long time ago, the chance of survival for these people would be even smaller without our help."

16. DOCTORS AT WORK AT FIELD HOSPITAL

17. (SOUNDBITE) (English) MEMBER OF BELGIUM'S "B-FAST" AID TEAM (BELGIAN FIRST AID & SUPPORT TEAM), YVAN SOMERS SAYING:

"We have some gifts from other teams, from other organisations and we are doing well with our stock, our supply of material but gas and fuel is what we are in need of."

10. PATIENTS WAITING TO BE TREATED INSIDE TENT

11. TENTS SET UP ON GRASS OUTSIDE BUILDING

Story

A team of international doctors was on Monday (January 18) trying to save the lives of Haitian earthquake victims, many of whom lost limbs in the deadly quake.

At a field hospital in Port-au-Prince's Delmas district, medical staff from German, Canadian, Belgian and Dutch aid organisations gave assistance to the victims who mostly suffer from severe infections after losing arms or legs.

German doctor Michael Edge, a volunteer who arrived in Haiti two days ago with the German branch of International Search and Rescue (I.S.A.R.) told a Reuters cameraman that "since the domestic medical system collapsed totally and since other doctors in this poor country left a long time ago, the chance of survival for these people would be even smaller without our help."

Still, the chances of survival are slim for about 80 percent of the victims treated here, according to another doctor.

Edge and his colleagues treat some 80 patients every day but essentials are lacking.

At the same field hospital, Yvan Somers of the Belgian First Aid & Support Team (B-FAST) was doing everything possible to lift the spirits.

"We have some gifts from other teams, from other organisations and we are doing well with our stock, our supply of material but gas and fuel is what we are in need of," he said.

Propane gas is used to sterilise the medical equipment and gas powers the generators, according to Somers.

Nearly a week into the crisis, international aid was only just starting to get through to those in need, delayed by logistic logjams and security concerns.

**Exemplo de reportagem com restrições de exibição pela Al-Jazeera e outros veículos concorrentes de uma emissora-cliente da APTN, a Sky:**

**AP-APTN-1830: UK Assange**

AP-APTN-1830: UK [Assange](#) Tuesday, 12 July 2011

<

STORY:UK Assange- REPLAY WikiLeaks founder Julian [Assange](#) back in court to fight extradition

LENGTH: 00:23

FIRST RUN: 1030

RESTRICTIONS: No Access UK/AI Jazeera English/Bloomberg

TYPE: Natsound

SOURCE: SKY

STORY NUMBER: 696859

DATELINE: London, 12 July 2011

LENGTH: 00:23

**SKY NEWS - NO ACCESS UK/AL JAZEERA ENGLISH/BLOOMBERG**

SHOTLIST

1. Various of Julian **Assange**, WikiLeaks founder, arriving at the High Court in London, surrounded by media

STORYLINE

WikiLeaks founder Julian **Assange** arrived in court in London on Tuesday for the latest instalment in his fight against extradition to Sweden, where the Australian is accused of rape and molestation.

40 year old **Assange** denies any wrongdoing, and he and his supporters have suggested that the Swedish prosecution is being manipulated to political ends, possibly with an eye toward sending him to the US, where a federal grand jury is investigating WikiLeaks' activities.

Swedish authorities reject the charge, and on February 24 a British District Court judge found in their favour, saying there is no reason to believe he wouldn't receive a fair trial in Sweden.

**Assange** appealed the decision to a British High Court while continuing to work from a wealthy supporter's mansion in eastern England, where he lives under virtual house arrest.

**Assange's** disclosures on WikiLeaks of classified US documents has infuriated the Pentagon, embarrassed US State Department diplomats and energised critics of US foreign policy, while allegations of sexual misconduct during a trip to Scandinavia last year have tarnished his reputation.

Clients are reminded:

(i) to check the terms of their licence agreements for use of content outside news programming and that further advice and assistance can be obtained from the AP Archive on: Tel +44 (0) 20 7482 7482 +44 (0) 20 7482 7482 Email: info@aparchive.com

(ii) they should check with the applicable collecting society in their Territory regarding the clearance of any sound recording or performance included within the AP Television News service

(iii) they have editorial responsibility for the use of all and any content included within the AP Television News service and for libel, privacy, compliance and third party rights applicable to their Territory.

APTN

---

AP-APTN-1830: UK Assange