

# GIGANTES INVISÍVEIS NO TELEJORNALISMO MUNDIAL:

agências internacionais de notícias e  
o ecossistema noticioso global

Copyright © 2011  
SBPJor / Sociedade  
Brasileira de Pesquisa  
em Jornalismo

MARIA CLEIDEJANE ESPERIDIÃO  
*Universidade Metodista de São Paulo*

**RESUMO** Fios condutores da teia informacional global, as agências de notícias voltadas para o telejornalismo são pouco abordadas em estudos no Brasil. O esforço interpretativo deste artigo é compreender a dinâmica das operações estabelecidas entre essas empresas transnacionais e seus assinantes (emissoras de televisão do mundo). Intenta-se esclarecer como essas empresas operam no fluxo comunicacional internacional. A intenção é inventariar os processos de produção (apuração, captação, tratamento e distribuição radial) da Associated Press Television News (APTN) e da Reuters Television News (Reuters TV).

**Palavras-Chave:** Agências de notícias. Reuters. Associated Press. Telejornalismo internacional.

## INTRODUÇÃO

A informação internacional escoada pela mídia permanece sendo 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. A Associated Press (AP), Thomson Reuters, France Presse (AFP) e EFE controlam entre 70% e 90% das notícias distribuídas aos veículos de comunicação do mundo (BOYD-BARRETT; RANTANEN, 1998)<sup>1</sup>. As agências continuam sendo a “mídia da mídia” (NEVEU, 2006, p. 62). Em síntese, a Associated Press Television News e a Reuters Television, os braços audiovisuais da Associated Press e da Reuters, dominam o mercado global de distribuição de reportagens para as emissoras de televisão.<sup>2</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, fundada em 1994, comprou em 1998 a World Television News (WTN) e virou APTN. A Reuters, que já havia adquirido a pioneira das agências telejornalísticas, a Visnews, em 1992, desde 2008 é uma subsidiária do grupo Thomson, um dos impérios midiáticos de “segundo escalão” (*second-tie*), como classifica Robert McChesney (2000). Comprometidas e fixadas sobre os rastros do ideário neoliberal, as agências enfrentam um mercado aparentemente competitivo, mas que, paradoxalmente, diz McChesney, se assemelha mais a um cartel do que propriamente a um ambiente de concorrência econômica formal, na qual, teoricamente, haveria um rol de jogadores. Busca-se, portanto, ilustrar como funciona a atual cadeia informação audiovisual voltada para a editoria internacional dos telejornais mundiais.

### O duopólio em risco

Para explicar os distintos campos no cenário mercantil de notícias, com seus desníveis, assincronias e fraturas, é importante retomar dois conceitos cunhados por Oliver Boyd-Barrett (1980; 2010). 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.

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 notícia adotados por canais globais, como a CNN e a 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, 2010). 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 exibe os vídeos das agências para o telespectador, assumindo uma face híbrida. É, igualmente, “cliente” das agências e sua grande “rival”<sup>3</sup>.

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. 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 no Brasil e no exterior) e em pesquisas específicas sobre suas operações (JOHNSTON, 1998; PATERSON, 1998; 2010). As empresas aqui analisadas 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.

Sustenta-se aqui que o fluxo de notícias internacionais destinado às emissoras de televisão 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 Terra TV ou emissoras de televisão, como a Rede Globo, a Rede 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).

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.

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:

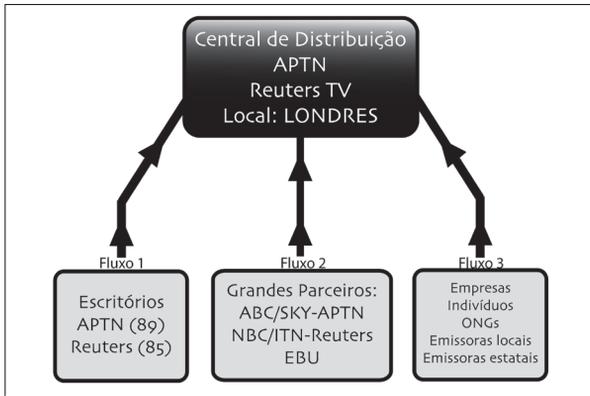


Figura 1: Tripé de irradiação de imagens das agências

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 deste artigo, 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.

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, tendo acesso também aos vídeos realizados por produtoras de vídeo. No termo usado pela APTN e Reuters TV, esses são os *uppicks*: processo de coleta de material terceirizado, aquilo que já foi editado por outra emissora<sup>4</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 de ilustrar o ciclo informacional do fluxo noticioso internacional, elaboradas pelos professores Chris Paterson (1998) e Simon Cottle (2009). Como qualquer cadeia produtiva, há níveis hierárquicos 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) 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 brasileira Rede Globo e a catariana 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>5</sup>.

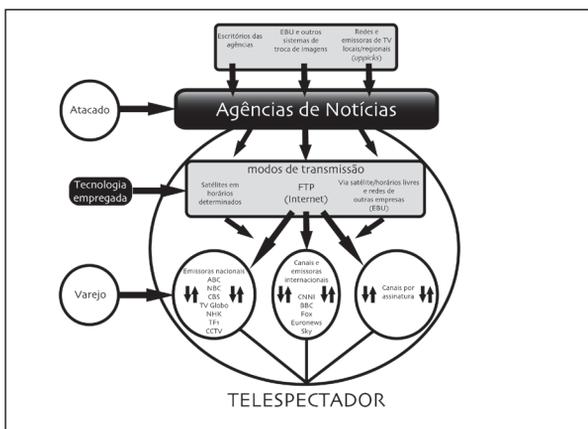


Figura 2: Principais fontes, modelos e formas de distribuição das agências

Fonte: Adaptação de figura elaborada por Paterson (1998, p. 81)

Já na figura posterior 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. Destacam-se, particularmente, o YouTube, pertencente ao gigante Google, maior *site* de buscas do mundo, além do Facebook e do WikiLeaks. Foram inseridas 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>6</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 planeta. Todos se nutrem de uma mesma cadeia informacional, trocando imagens e informações, que finalmente chegam às telas do consumidor:

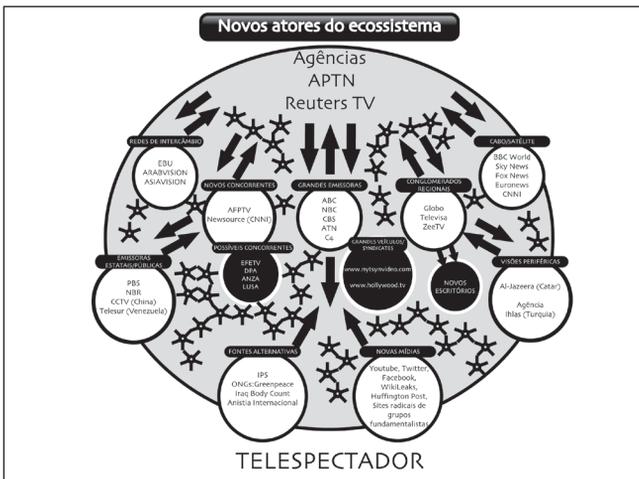


Figura 3: A atual ecologia global das notícias para o telejornalismo  
 Fonte: Adaptação da figura elaborada por Simon Cottle (2009, p. 18)

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

A metáfora da *fábrica global* é usada por Octavio Ianni justamente pelo fato de o 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” (IANNI, 2006, p. 67). “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, 2006, 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 dão de modo centralizado e, ao mesmo tempo, diluído e flexibilizado. Por exemplo, a Reuters TV tem hoje 35 *stringers*<sup>7</sup>, 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>8</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. Diariamente são emanados de 200 a 300 vídeos com 30 a 60 reportagens temáticas diferenciadas.

Dito de outro modo: não importa mais onde se encontram as “fábricas” da nova economia global: as cadeias produtivas reinventaram-se e os centros de comando “coordenam, inovam e gerenciam atividades interligadas das redes de empresas” (CASTELLS, 2005, p. 469). Ainda que Castells estivesse descrevendo as redes tecnológicas de grandes corporações, sem um direcionamento específico às agências de notícias, podem-se aplicar suas postulações a essas empresas, que sedimentaram modelos de prospecção e difusão de informação baseados justamente na prestação de serviços, de modo descentralizado.

Londres foi escolhida como a sede das principais agências telejornalísticas desde os anos 1960, quando a então Visnews começou a operar. A cidade não se tornou um ponto nodal (a “sede das fábricas”) por acaso. Com a infraestrutura tecnológica consolidada, a capital

britânica 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.

Mesmo a americana Associated Press, cujo escritório sede é localizado em Nova York, decidiu manter 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 a seguir evidencia a dinâmica de funcionamento dos escritórios das agências.

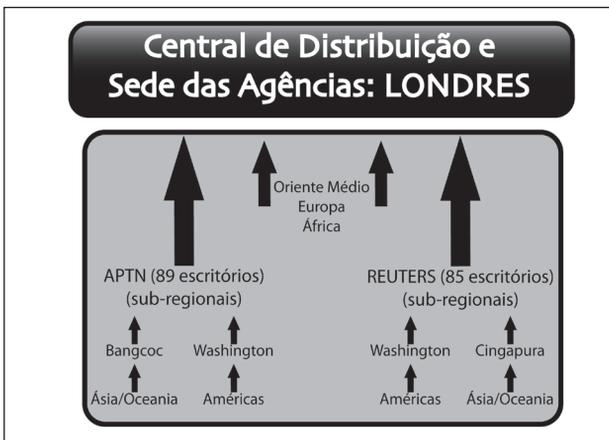


Figura 4: Modelo radial das agências telejornalísticas

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, tem estrutura e autonomia para editar os vídeos capturados por suas equipes nas três Américas e é 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.

É preciso ressaltar que os informes audiovisuais oferecidos às organizações midiáticas pela APTN e Reuters Television desprendem-se de formatos fechados, pois em geral não têm narração (*voice-over* ou *off*), sendo distribuídos pré-editados em vídeos com duração média de dois a três minutos<sup>9</sup>. 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 propagada para o cliente, é atribuído um *script*, um roteiro eletrônico, com todas as informações necessárias ao entendimento do conteúdo inserido na edição. 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<sup>10</sup>.

Na figura a seguir consta 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. A APTN e 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, é disseminado para Londres que, finalmente, distribui as imagens por meio de sua rede de assinantes<sup>11</sup> (inclusive do Brasil) e pela EBU.

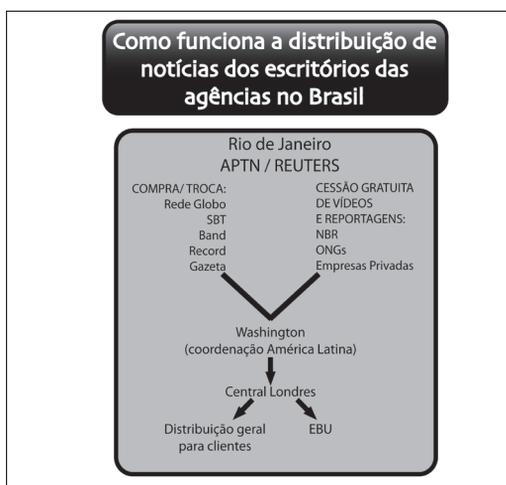


Figura 5: Dinâmica de funcionamento dos escritórios da APTN e da Reuters TV

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 você 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>12</sup>.

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, 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 José 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 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 São Paulo*, *Estado de São 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 ou 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>13</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?

Evidentemente, a situação da APTN no Brasil reflete os focos de prioridade e hierarquia da agência americana. Se fizermos um paralelo com as sucursais da Alemanha, 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>14</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>15</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>16</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 Johannesburgo).

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 *on-line* 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, chamando atenção para uma pesquisa sobre os efeitos comprometedores dessa intermediação. Ele cita a pesquisa realizada 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 foram produzidas por equipes baseadas fora daquele país (140), em cidades como Jacarta, na Indonésia, e Sidney, na Austrália, a mais de 5.000 quilômetros de distância da Nova Zelândia. 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>17</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 dos jornalistas chegarem 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 soldado americano, em fevereiro de 2005. Mais tarde, descobriu-se a farsa, e o soldado da imagem era, na verdade, um boneco.

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>18</sup>.

A dificuldade de circular nos territórios palestinos também é comparada às condições 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>19</sup>.

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 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.

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.

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 gira 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 Châvez 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 asas. 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>20</sup>.

Todo o tratamento do material captado em campo é realizado no computador, por meio de *softwares* de edição não linear, que variam por empresa. Nas primeiras décadas de operações, a então Visnews e 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 tratariam as imagens, desencadeando operações extremamente burocráticas e caras. O impacto das novas tecnologias na cobertura internacional se dá também na logística das emissoras. Em 2002, uma equipe de TV americana precisou de 75 malas e caixas para guardar todos os equipamentos que dariam conta das transmissões ao vivo do Afeganistão. Quase 18 meses depois, no Iraque, um correspondente americano reservou apenas sete volumes para separar a parafernália necessária para cobrir a guerra ao vivo (PERMUTTER; HAMILTON, 2007).

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 Rede 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 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>21</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 custavam 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>22</sup>.

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).

Com o fim da obrigatoriedade de horários predeterminados para uso 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>23</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>24</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 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. 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 marcha violenta na Síria alcança as redes mundiais em poucas horas, assim como as revoltas no Egito e na Tunísia foram retratadas por celulares enviados às agências. Para o diretor da APTN, Sandy MacIntyre<sup>25</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. A versão final 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. 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 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. Produzimos, 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>26</sup>.

### Conclusão

O detalhamento das práticas operacionais das agências que aqui se conclui permite sustentar que a Reuters TV e APTN irrigam o sistema noticioso audiovisual continuamente. As duas empresas globais sanam os problemas das emissoras mundiais e se comportam, sem constrangimentos, como *atravessadoras* da notícia: trocam, compram, produzem e fazem intermediações. Em síntese, vendem a ideia de uma *garantia de cobertura*, embora uma cobertura circunstanciada por múltiplas tensões e controvérsias, notadamente pelas escolhas editoriais ligadas às superpotências mundiais.

### I NOTAS

- 1 O World Council of News Agencies, presidido atualmente pela argentina Telam e que 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.

- 2 No momento de redação deste artigo, a APTN tinha 89 escritórios em 67 países; a Reuters TV 85 em 60 países. A APTN tem cerca de 550 clientes instalados em 113 países e alega que alimenta 88% do conteúdo emanado pelas emissoras do mundo. A Reuters TV tem 611 clientes em 108 países. Informações cedidas diretamente à autora por *e-mail*. As duas empresas também se colocam como líderes no mercado. Cf. <[http://thomsonreuters.com/products\\_services/media/](http://thomsonreuters.com/products_services/media/)>. Acesso em: 26 jun. 2011. Em 2007, a Reuters disse ter produzido quase dois bilhões e meio de manchetes no mundo e foi vista por 1 bilhão de pessoas, distribuindo 54 mil vídeos. Cf. <[http://thomsonreuters.com/about/reuters\\_news/](http://thomsonreuters.com/about/reuters_news/)>. Acesso em: 20 jan. 2009. A Associated Press Television News diz 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: 26 jun. 2011.
- 3 É sintomático que a CNN tenha cancelado, desde 2007, os serviços regulares da Reuters TV. Ainda que não seja uma posição irreversível, é um sinal de que a Newsource, a agência de conteúdos dos vídeos da CNN, queira mesmo sacudir o mercado.
- 4 Na prática, um funcionário da agência se dirige até a emissora e tem acesso às imagens da reportagem.
- 5 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 APTN, e em sistema de permuta, no caso da Reuters TV) uma reportagem da Globo, na qual se registrava o resgate de uma mulher. Em 2011, a rede de tevê Al-Jazeera teve acesso exclusivo a documentos secretos sobre o processo de paz no Oriente Médio, ao mesmo tempo em que continua banida e censurada em alguns estados americanos, justamente por mostrar as recentes revoltas populares nas ditaduras árabes, apoiadas pelos americanos.
- 6 No *site* oficial, a Ihlas News Agency alega ser 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&ottom=no](http://www.ihavideo.net/static_content.jsp?type=about&banner=no&ottom=no)>. Acesso em: 20 nov. 2009.
- 7 Informações de Víctor Antonie, diretor da Reuters TV para as Américas. Cf. <<http://www.blip.tv/file/795651>>. Acesso em: 20 jan. 2010.
- 8 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.

- 9 Há, no entanto, ofertas de vídeos com repórteres das agências, prontos para serem exibidos na íntegra, em inglês e árabe.
- 10 As reportagens das agências servem, de maneira geral, como complementos narrativos durante as edições dos telejornais mundiais, quando os correspondentes das emissoras citam diversas localidades e abordagens num mesmo texto.
- 11 É importante frisar que muitas reportagens enviadas ao Brasil têm uso proibido no país. Por exemplo: se uma determinada emissora brasileira cedeu imagens de um incêndio florestal no Mato Grosso, não vai querer que os telejornais da concorrência utilizem esse conteúdo. Por isso, há restrições de reprodução, inclusive para os portais na internet.
- 12 Em entrevista à autora, em 26 nov. 2008.
- 13 Em entrevista à autora em 28 abr. 2010.
- 14 Durante os quatro anos que investigou as agências de texto, Boyd-Barrett (1980, p. 48) 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 pelo 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.
- 15 Em entrevista à autora em 29 abr. 2010.
- 16 Em entrevista à autora em 29 abr. 2010.
- 17 *“Under the headings of health, youth, environment and science, they ran nothing at all.”*
- 18 Khaled Abu Toameh, em entrevista à autora, em set. 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.
- 19 Informação dada por Victor Antonie, diretor da Reuters para as Américas.

- Cf. <<http://www.blip.tv/file/795651>>. Acesso em: 20 jan. 2010.
- 20 Flora Charner, em entrevista já citada à autora.
- 21 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).
- 22 Sandy MacIntyre, na mesma entrevista já citada.
- 23 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).
- 24 Em entrevista à autora, em 28 nov. 2008.
- 25 Em entrevista à autora, em 26 nov. 2008.
- 26 Na mesma entrevista já citada.

## I BIBLIOGRAFIA

- AGUIAR, Pedro. **Jornalismo internacional em redes**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio/Secretaria de Comunicação, 2008.
- BAKER, Nigel. Invisible giants, quiet revolution. In: PATERSON, Chris; SRENBERNY, 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.
- BOYD-BARRETT, Oliver. **The international news agencies**. Beverly Hills: Sage Publications, 1980.
- \_\_\_\_\_. (Ed.). **National news agencies in the turbulent era of the internet**. Barcelona: Government of Catalonia, 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.

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v.1.
- COTTLE, Simon. **Global crisis reporting: journalism in the global age**. Berkshire: Open University Press, 2009.
- DAVIES, Nick. **Flat Earth news: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media**. London: Chatto & Windus, 2008.
- ESPERIDIÃO, Maria Cleidejane. 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.
- 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.
- GILLMOR, Dan. **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.
- GRIDHARDAS, Anand. Web “mata” correspondente estrangeiro. **Folha de S. Paulo**, 11 maio 2009. Caderno New York Times, p. 4.
- HARVEY, David. **Condição Pós Moderna**. 17. ed. São Paulo: Loyola, 2008.
- IANNI, Otávio. **Teorias da globalização**. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- IMMARSAT. Transformação do jornalismo eletrônico por satélite. Disponível em: <[http://www.inmarsat.com/Downloads/Portuguese/BGAN/Collateral/BGAN\\_media\\_solutionPT.pdf?language=EN&textonly=False](http://www.inmarsat.com/Downloads/Portuguese/BGAN/Collateral/BGAN_media_solutionPT.pdf?language=EN&textonly=False)>. Acesso: 13 out. 2010
- JOHNSTON, Carla Brooks. **Global news access: the impact of new communications technologies**. Westport: Praeger, 1998.
- LIVINGSTONE, Steven. The Nokia effect: the reemergence of amateur journalism and what it means for international affairs. In: PERMUTTER, 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.
- McCHESNEY, Robert. **Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Time**. New York: The New Press, 2000.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- PATERSON, Chris. Global battlefields. In: BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Terhi (Ed.). **The globalization of news**. Londres: Sage, 1998. p. 79-103.
- \_\_\_\_\_. 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, 2010. p. 227-246.

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.

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.

THUSSU, Daya Kishan. **International communication:** continuity and change. 2. ed. London: Hodder Arnold, 2006.

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.

**Maria Cleidejane Esperidião** é editora internacional e Dra. em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. É mestre em Estudos do Jornalismo pela Universidade de Cardiff, no País de Gales. É especialista em documentários pela Universidade de Londres. Integra o grupo de pesquisa História e Ideologias Contemporâneas do Oriente Médio, da Universidade de São Paulo, e o Grupo de Pesquisa em Comunicação e Tecnologias Digitais (Comtec) da Universidade Metodista de São Paulo