

## **O transnacional e o local no jornalismo na web: problematizando as relações entre as agências de notícias e os portais locais.**

José Afonso da Silva Junior.

Professor Assistente do Departamento de Comunicação Social da UFPE; Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela FACOM-UFBA, Doutorando na FACOM-UFBA. Atualmente pesquisa as relações de geração e circulação de conteúdo das agências de notícias nas redes digitais.

Contato: zeafonsojr@uol.com.br

### **Resumo:**

Este trabalho procura discutir a relação constituída entre os portais locais abrigados na web e as agências de notícias. Historicamente, as agências operaram as primeiras redes tecnológicas de circulação de informação. Atualmente, com as redes digitais, esse circuito se capilariza e se amplia em dois sentidos: tanto no aperfeiçoamento das agências diante da rede; como da expansão dos novos veículos presentes no ambiente digital. O esforço é assim direcionado no sentido de perceber os mecanismos que atuam nessa cadeia de dependência, as formas históricas de sua estruturação, e a configuração contemporânea desse fluxo de dados.

### **Palavras-chave:**

Jornalismo on-line, interfaces, fonte aberta.

Recife, julho de 2004

## I - Introdução.

Pensar o local e o transnacional dentro do campo informativo de um jornal seja impresso ou na web, é pensar uma proposta de equilíbrio. Na história do jornalismo<sup>1</sup>, a busca por informações internacionais esteve ligada ao desenvolvimento dos jornais. Informar sobre o que acontecia em outros países era, além de criar um diferencial em relação à concorrência, um modo de ampliar o raio de influência interno do jornal dentro do contexto nacional e das próprias estratégias de expansão do mercado através do alcance de camadas cada vez maiores de população, graças, por exemplo, à alfabetização, adicionado pela diversidade de interesses de públicos existentes nos contextos urbanos (MACHADO, 2000, p. 90; SILVA JR, 2004, p. 98).

Por outro lado, esse acesso à informação internacional convivia com o conteúdo emanados das próprias cidades, demandado, sobretudo, pelo campo de interesses locais. Mas, para compreender o cenário que configura o recorte das notícias entre o local e o transnacional, é necessário observar alguns limites.

Ora, esse modelo complexo de interação entre cidades e jornalismo pressupõe um movimento da informação. Há, portanto, um conjunto de demandas que justifica tanto a sua produção, como seu conseqüente consumo. Na outra ponta do processo, ou seja, no varejo do jornalismo, onde a informação transnacional é assimilada e consumida, há um desnível pronunciado.

Esse desnível se dá:

- Nas condições de acesso aos recursos tecnológicos e infra-estruturais que permitem uma apuração do material de notícias internacionais;
- Nas possibilidades econômicas de adquirir os serviços que disponibilizam esse conteúdo;

- No desenho de prioridades editoriais veículo a veículo, de acordo com: o público a quem se dirige; as cadeias de distribuição do seu material e, ao interesse velado ou explícito dos anunciantes;
- Na repercussão que esse jornal assume dentro do contexto nacional<sup>2</sup>.

Todavia, apesar do problema das relações entre conteúdos transnacionais e locais estarem em foco atualmente<sup>3</sup>, esse fenômeno não é, em absoluto, algo novo. Em paralelo, o fenômeno do acesso público à rede mundial de computadores contribui para que no contexto atual, o problema do recorte das notícias entre o local e o transnacional aparente ser mais um dos fenômenos colocados genericamente sob o ‘guarda-chuva’ temático da globalização. Se a globalização das notícias existe, ela se apresenta dentro de uma escala de eventos que remonta uma dinâmica de, pelo menos, 150 anos. Se um nome pode ser dado a um dos agentes centrais desse processo, ele se chama: agências de notícias.

II –Permanências e condicionamentos: a simbiose entre agências e órgãos jornalísticos.

Pode-se observar na relação entre transnacional e local singularidades de duas naturezas. A primeira de caráter estrutural, que indica a permanência de dinâmicas da relação entre as agências de notícias e os órgãos que assimilam seus conteúdos. A segunda, de caráter mais contextual, onde há desdobramentos dessa relação em face à realidade tecnológica contemporânea. Essa dicotomia ocorre de acordo com algumas circunstâncias.

- A primeira, de caráter histórico, pela consolidação das redes de distribuição de conteúdo pelas agências, em estreita sinergia com vestígios de políticas de fluxo de informação nascidas em contextos coloniais ou pós-coloniais.
- A segunda, indissociável da primeira, pelo necessário uso e domínio de infra-estruturas complexas de telecomunicações que envolvem, por sua vez, uma série de

recursos em rede, através de satélites, fibras ópticas, circuitos de telefonia e linhas privadas de transmissão de dados.

- A terceira, pelo caráter da operação das agências de notícias se concentrar, sobretudo no fluxo de conteúdos.

Assim, a dinâmica presente entre as agências internacionais e o jornalismo local apresentam uma relação de vinculação e dependência no estabelecimento do recorte noticioso, sobretudo, devido a um enorme fluxo de informação envolvendo estruturas de processamento e distribuição como atores dos desdobramentos<sup>4</sup> diretos e indiretos para o cenário internacional das notícias (BOYD-BARRETT, 1980, p. 19; RANTANEN, 1998, p. 47).

De certo modo, todos esses aspectos mencionados situam-se como estruturais. Ou seja, permanecem como invariantes da dinâmica das agências de notícias no seu papel de criar fluxos de informação. Com a chegada das redes digitais de uso aberto, como a Internet, esse papel operacional se mantém, ao passo que, agregam-se fatores de ordem tecnológica que potencializam o caráter de alcance das agências.

Se, em eras pré-internet, o conteúdo das mesmas circulava em redes fechadas e privadas, com esse advento, a capacidade de alcance se multiplica brutalmente. Há uma colocação dos modelos de serviços informativos então existentes que são transpostos para a Internet, além, claro, da criação de novas alternativas de entrega de conteúdo possibilitadas pelas redes digitais.

Na mão contrária, essa mesma rede de distribuição permite ser usada como elemento da cadeia de produção, potencializando o aspecto de geração de material informativo em escalas descentralizadas. Como um todo, o alargamento permitido pela existência de mais um canal de distribuição de informação, gera serviços que não são mais

transposições dos antigos serviços das agências de notícias, e sim modelos de produção<sup>5</sup> já assentados na lógica das redes abertas.

É nesse uso de estratégias de fluxo de conteúdos apoiadas em tecnologias de distribuição em rede, que se estabelecem relações entre a massa informativa existente nas agências de notícias e seu conseqüente potencial de escoamento. De um lado, há a potencialidade de alimentação de conteúdos. Do outro lado, há o apetite pela assimilação e disponibilização de notícias pelos portais jornalísticos da Internet.<sup>6</sup>

### III – Os portais como receptores do conteúdo das agências de notícias.

Estudos recentes (SILVA JR, 2000; BARBOSA, 2001, 2002, 2003; SAAD, 2003) voltados para a estruturação de modelos de veículos presentes nas redes, abordam o modelo de portal. Como elementos primários presentes na relação dos portais com o jornalismo, podem-se colocar alguns fatores. Primeiro, a organização de uma massa de conteúdos em formato de portal, pretende oferecer ao usuário um campo de navegação inicial. Assim, a plethora de dados não é centrada exclusivamente em torno de um tema, como o jornalismo, mas agregando conteúdos orientados a entretenimento, serviços, utilidade pública, ferramentas de busca de conteúdo, comércio eletrônico, relacionamento, canais de bate-papo on-line, entre outros serviços (DIAS, 2001).

Segundo, as iniciativas jornalísticas em sinergia com esse modelo de negócios colocam-se diante de uma bifurcação: ou se organizam em modelos de portais jornalísticos, agregando a diversidade de gêneros e formas de multimídia em modelo de portal, ou entram como fornecedores de conteúdo para portais de caráter mais heterogêneo. Progressivamente os portais foram diversificando o seu perfil de formatação. De modo geral, os portais podem ser categorizados segundo algumas características pontuais:

- Pelo modo de abrangência do seu conteúdo. Se vertical, ou seja, especializado em uma natureza de assuntos específicos, como o jornalismo; ou horizontal, onde oferece mais um horizonte diversificado de temas, não sendo, a priori, especializado em nenhum deles.
- Pela configuração do modelo de negócios. *Pure player*, ou seja, uma iniciativa de empresas de informação que se lançam no mercado de conteúdos on-line; ou *dual player*, onde se trata de empresas de comunicação que já operavam em bases tradicionais e lançam ofensivas para o mercado de conteúdos digitais.
- Pelo direcionamento a audiência. Global, Nacional ou local.

Ora, tal categorização nos permite delinear a relação das práticas das agências de notícias com os portais.

Em cada uma das extremidades do processo, de um lado as agências e do outro os portais, apresentam-se atividades que, em relação ao conteúdo jornalístico estão em simbiose. De um lado cria-se a demanda de assimilação de conteúdos (os portais), suprida, por sua vez pelas redes de fluxo das agências. Nesse horizonte situa-se o escoamento, o fluxo do material produzido pelas agências e encaixado nos órgãos jornalísticos como jornais e portais de Internet.

Quanto às características levantadas acima, esse fluxo assume variações específicas. No primeiro ponto, relativo ao tipo de organização, ou vertical ou horizontal do portal, o conteúdo vindo das agências assume papéis diferentes. Num portal vertical, com ênfase no jornalismo, a tendência é que o material das agências supra as necessidades das editorias ou canais responsáveis, por exemplo, pela cobertura internacional.

Em portais horizontais, onde o jornalismo tende a ser menos uma especificidade de prática e mais um dos serviços de informação agregados, as cadeias de fluxo vindo das

agências para os portais, passam a atuar como dutos de conteúdo. Porém, a apresentação desse material assume proporções diferentes em cada caso. Essa variação deve-se, sobretudo, as estruturas de produção presentes em cada portal. Se o mesmo possui uma estrutura interna de produção, a tendência é que esse material se mescle com os materiais das agências na direta proporção de recursos e da infra-estrutura existentes nestas redações digitais.

Relativo a estruturação dos portais em modelos *pure* ou *dual player*, a tendência é que modelos em *dual player*, mantenham uma estrutura de produção de conteúdo mais autônoma e menos dependente dos canais com as agências de notícias. A razão para isso é por produzirem conteúdos em estruturas previamente existentes, esses conteúdos são, em boa parte, ou transportados para os portais, ou são criadas estruturas de produção em sinergia com as já existentes.

No que toca ao foco de atuação dos portais em função de uma determinada região, os vínculos de dependência dos conteúdos de caráter transnacional das agências de notícias são mais explícitos em relação aos portais regionais. O próprio modelo de apuração, tratamento e direcionamento de conteúdo adotado nesses portais apontam para uma associação entre os leitores ou usuários do portal e o conteúdo, que, tenha como lastro o tratamento de assuntos do cotidiano com ênfase na sociabilidade e sentido de pertencimento a um determinado lugar ou cidade (BARBOSA, 2001). Ou seja, o portal local não surge para ‘substituir’ os portais de âmbito nacional ou global, e sim na brecha que permite o local como nicho de mercado, articulando seus aspectos de proximidade, de reconhecimento da realidade local, com a dinâmica de notícias transnacionais. Nos portais de caráter nacional geralmente as estruturas de apuração são mais completas e, mesmo tendo relações de compra de conteúdo das agências, possuem, em tese, condições mais favoráveis para a apuração de material em escala internacional.

#### IV – Conclusões.

O quadro dos portais locais permite a elaboração de conclusões em dois níveis. Num nível elementar, pode-se indicar que o vínculo de dependência entre a estrutura dos portais e alimentação de conteúdos fornecida pelas agências ocorre por alguns fatores. O primeiro, mais óbvio, pelo próprio contexto dos portais locais não terem estruturas suficientes para dar conta de todo o conteúdo que alimenta os serviços de ‘últimas notícias’. Isso, de certo modo, repete a situação crônica entre agências e órgãos locais. Mesmo em eras pré-digitais, é nessa relação de distância e insuficiência operativa dos jornais locais, que se coloca a operação das agências na circulação e venda de conteúdos.

Se, do lado das agências já ocorre o domínio de técnicas de como se estabelece esse fluxo de informações, no lado dos portais, esse fluxo de conteúdos das agências é prontamente assimilado através de rotinas automatizadas de alimentação dos sistemas de últimas notícias, ou simplesmente através de uma operação envolvendo os comandos de copiar e colar, existentes em qualquer computador. Esse fator talvez explique por que, mesmo existindo convênios entre agências internacionais e órgãos vinculados a portais, pode-se observar, de modo geral, a ocorrência de concentração de fluxos em torno de agências nacionais que repassam as notícias dessas agências em segunda mão.

Em um nível de conclusão mais específico, pode-se constatar que dentro dessas vinculações se percebe que para esse tipo de assimilação de conteúdo, a dependência ocorre em dupla escala. Primeiro, pela própria inevitabilidade dos conteúdos partirem de agências internacionais, delimitando em larga escala o horizonte de eventos agendados. Segundo, em um nível que poderia ser mais atenuado, por assimilar, em segunda mão, o repasse do material internacional pelas agências nacionais. Nos moldes de produção em que esse horizonte se apresenta e, para a finalidade de geração de um campo de



complementariedade ao conteúdo local, esse estado de coisas só garante um resultado: um recorte resultante do próprio processo de filtragem. Só se materializa o filtro, e não os conteúdos elencados para passar pelos crivos específicos.

Isso repete, de certo modo, a contradição de uma dinâmica clássica das agências internacionais. Apesar de estabelecerem fluxos globais de notícias, elas dependiam estreitamente do mercado interno dos seus respectivos países<sup>7</sup>. A reboque desse estado de coisas, o caráter das suas notícias refletia o ‘etnocentrismo’, ou seja, o ponto de vista e enfoque direcionado aos seus mercados locais.

Ora, para os órgãos locais, se receber notícias das agências internacionais já requer essa atenção, a dimensão do problema se amplia, quando esse fluxo de informações passa a chegar em segunda-mão. Na relação entre as agências nacionais e os portais locais, o caso merece atenção. No Brasil, as agências de capital privado nacionais estruturam-se, sobretudo, como espinhas dorsais de complexos comunicacionais amplos, alimentando, em primeira mão os órgãos jornalísticos que compõem o grupo como um todo<sup>8</sup>. Dessa forma, o enfoque atua com um duplo filtro: no sentido de enquadrar o material que vem das fontes internacionais, e numa segunda etapa, no reempacotamento para os clientes locais. Não perceber esse fator, ou percebê-lo como neutro, na relação de influência com o jornalismo de proximidade, permite que fenômenos como os da homogeneidade, repetitividade e previsibilidade<sup>9</sup> da cobertura se manifestem.

O que não pode se estabelecer é uma leitura ingênua que associa a globalização das notícias como causadora desses fenômenos. Se, com a multiplicidade de conteúdos existentes na rede atualmente, os órgãos de imprensa, e no caso, os portais regionais continuam a indicar esse problema, a cobrança não deve ser direcionada as agências, e sim aos veículos jornalísticos periféricos que continuam a manter estreita dependência dos mesmos canais de informação historicamente consolidados. As alternativas a esse modelo

radial de alimentação de conteúdos, já se apresentam na rede. O surgimento de cadeias de notícias, como o *Independent Media Center*<sup>10</sup> e, a apropriação de interfaces de fácil uso para uma aplicação jornalística, como os *blogs*, demonstram alternativas viáveis de contra-fluxo, que se prestam tanto como canais paralelos na irrigação do noticiário internacional, como meios de circulação não alinhados ao modelo de cobertura das agências de notícias e redes internacionais.

O modelo atual de produção tem à disposição talvez os meios mais flexíveis e instantâneos, dentro da história das comunicações, no que diz respeito às possibilidades do alcance da atividade jornalística. Alcance aqui deve ser entendido duplamente: tanto no sentido de lançar e disseminar conteúdos, como no de ser capaz de apanhar, dar consistência e trazer informações para a dinâmica do dia-a-dia jornalístico.

Com as redes digitais a própria idéia de alcance da informação foi metonimizada no sentido do que é possível ter o mundo na tela de um computador, é possível ter o mundo na cidade. As atitudes diante dessa idéia de alcance parecem remeter a dinâmica existente nos momentos em que o jornalismo, em fins do século XIX, descobre a cidade como fonte de notícias. Naquela época, na atividade jornalística, a diferença consistia em que se tinha um esforço, um impulso de colocar a cidade como centro de troca de informações com outras cidades. Colocar primeiro a cidade na cidade, depois, a cidade no mundo.

Entre essas pressões e utopias nos parece estar contidas as alternativas de configuração do jornalismo local em tempos de redes digitais. Nesse sentido, as questões aqui levantadas sobre os portais locais na sua dança com os fluxos das agências de notícias, podem ser significativas para pensar essa natureza de problemas em escalas mais amplas.

## Referências Bibliográficas.

- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo de Portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital**. In: MACHADO e PALACIOS. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003. pp. 159-185.
- BOYD-BARRETT, Oliver. **The International news agencies**. Beverly Hills: Sage Publications, 1980.
- \_\_\_\_\_; e RANTANEN, Terhi. **The globalization of news**. In: The globalization of news. Londres: Sage publications, 1998.
- CASTELLS, Manuel. **The network society**. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.
- FENBY, Jonathan. **The international news services**. New York: Schocken books, 1986.
- GONÇALVES, Elias Machado. **La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Autônoma de Barcelona, Barcelona: 2000.
- HESTER, Al. **As agências noticiosas ocidentais: Problemas e oportunidades nas notícias ocidentais**. In: A informação na nova ordem internacional. São Paulo: Paz e Terra, 1980.
- MORRIS, Joe Alex. **Deadline every minute**. New York: Doubleday, 1957.
- OUTING, Steve. **Estratégias para portais locais**. <<http://www1.uol.com.br/internet/parem/par070799.htm>> 1999. (27.05.2004)
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)>. (14.02.2003)
- \_\_\_\_\_. et ALLI, 2002. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. Em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_mapeamentojol.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf)>. (19.04.2003)
- \_\_\_\_\_. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. Em: PALACIOS & MACHADO; Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.
- PALMER, Michael. **Global financial news. & What make news**. In: The globalization of news. Londres: Sage publications, 1998.
- RANTANEN, Terhi. **The struggle for control of domestic news markets**. In: The globalization of news. Londres: Sage publications, 1998.
- READ, Donald. **The power of news: The history of Reuters**. Oxford: Oxford University Press, 1992.
- SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital. Internet, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- SCHILLER, Herbert. **A livre circulação da informação e a dominação mundial**. In: A informação na nova ordem internacional. São Paulo: Paz e Terra, 1980.
- SILVA JR, José Afonso. **Dejà-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidade no jornalismo on-line brasileiro**. In: PALACIOS e GOLÇALVES. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.
- \_\_\_\_\_. **As relações do jornalismo digital na cibercidade**. In: LEMOS, André (org.): Cibercidades: A cidade na Cibercultura. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.
- STOREY, Graham. **Reuters: The story of a century news gathering**. New York: Crown Publishers, 1951.
- UNESCO. **Many voices: one world: towards a new, more just and more efficient world information and communication order (McBride report)**. Paris-Londres: Koogan page, 1980.
- WILLIAMS, Francis. **Transmitting world news**. New York: Arno Press, 1972.

---

<sup>1</sup> As fontes que sustentam essa afirmação são as mais diversas, entre elas pode-se citar: Bahia, 1968, p.36; Sodré, 1999, p. 414 ; Rizinni, 1967, p. 155.

<sup>2</sup> Caso se trate de um jornal de assimilação e repercussão em escala nacional, certamente o peso do conjunto das notícias internacionais terá um tratamento infinitamente mais cuidadoso e importante do que um jornal que assuma um papel ligado à dinâmica de um estado ou sub-região geográfica.

<sup>3</sup> Cf. Boyd-Barrett e Rantanen, 1998, p. 1-14.

<sup>4</sup> Em níveis elementares, pode se indicar que estão condicionados à essa dinâmica fatores centrais da prática jornalística, como: o agendamento de notícias; o condicionamento de rotinas produtivas e a conseqüente formação de um quadro referencial pelos quais órgãos jornalísticos periféricos estabelecem determinado recorte do cenário de notícias internacionais.

<sup>5</sup> Podem ser elencados exemplos, como o Reuters AlertNet (Cf. <http://www.alertnet.org/>), Esse serviço é um informe periódico sobre as atividades das Organizações Não-Governamentais distribuído pela agência. É gratuito, desde que a ONG que deseje usá-lo contribua para o mesmo, alimentando o sistema com informações sobre os projetos em que esteja envolvida. Nesse sentido, o alcance de um serviço como este e nesta escala de cooperação na gestão dessa massa de conteúdo, só é possível com uma rede aberta e ramificada como a Internet.

<sup>6</sup> Silva Jr. (2003), aponta para três problemas presentes em portais de caráter jornalístico: a repetição, previsibilidade e homogeneidade da apresentação de notícias em órgãos informativos distintos. Em parte os problemas detectados se originam da transposição de práticas de produção advindas de formatos prévios, como o impresso, e em parte da assimilação das dos conteúdos disponibilizados pelas agências de forma automática, sem contextualização da informação com o caráter local do portal.

<sup>7</sup> Talvez a única exceção como um todo a esse quadro seja a Reuters. Mesmo assim, parcialmente, pois, a mesma possui, desde os anos 30, na sua composição de ações, capitais da associação de imprensa inglesa, a *press association*, ou PA. (BOYD-BARRETT, 1980, p: 31) Nos demais casos das *big-four*, é exatamente o mercado interno e suas demandas que orientam boa parte das ações das agências de notícias. No caso das americanas *Associated Press* e *United Press International*, esse quadro é mais óbvio, pelo fato dessas organizações terem emergido graças a uma ação cooperativa de diversos jornais. No caso da *Agence France Presse*, temos o governo francês com uma direta influência sobre o processo de gestão e decisão da agência, (op. Cit. P: 34) além de a mesma ser de vital importância para a circulação e distribuição de informação para os periódicos franceses.

<sup>8</sup> Vide o caso das quatro maiores no Brasil: a agência JB, do Jornal do Brasil, a agência Estado, do Grupo Estado de São Paulo, a agência Globo, das organizações Globo, e a já mencionada agência Folha, do grupo Folha de São Paulo.

<sup>9</sup> Cf. Silva Jr. 2003.

<sup>10</sup> Cf. <http://www.indymedia.org/>