

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

EDITORIA INTERNACIONAL E AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS: ÉTICA E PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO EM UMA RELAÇÃO MARCADA POR DESAFIOS

GOMBERG, Felipe (gomberg@puc-rio.br). WELIKSON, Camila (camila@puc-rio.br)¹

RESUMO

Este artigo discute a edição jornalística do noticiário internacional, e em especial a sua relação com o funcionamento das agências de notícias. A proposta deste texto é oferecer um material didático para que o aluno de jornalismo compreenda em que medida a editora internacional é afetada pela produção das agências.

PALAVRAS-CHAVE

Editoria internacional. Agências de notícias. Jornalismo. Ensino. Ética.

1. INTRODUÇÃO

Um dos principais desafios do jornalismo é a seleção das notícias em meio a tantas informações que surgem diariamente. Os veículos estabelecem regras de seleção para determinar o que se torna notícia e o que entra para o hall de fatos midiaticamente esquecidos. Nas redações, esta decisão é complexa, muitas vezes atravessada pelo tempo: primeiro o tempo para produzir, que é cada vez mais curto; segundo pela data de expiração da notícia. Transformada em mercadoria, a informação passa a ser um produto que, fora do seu prazo de validade, não tem valor no mercado. O tempo é um dos principais fatores

¹ Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Professor do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. E-mail: gomberg@puc-rio.br.

² Doutoranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Mestre em Estudo dos *Media* e do Jornalismo pela Universidade Nova de Lisboa. Assessora da Vice-Reitoria Acadêmica da PUC-Rio. E-mail: camila@puc-rio.br.

responsáveis pela transformação de um acontecimento em notícia e o *deadline*, ou o prazo de entrega das reportagens, funciona como um chefe mal-humorado que pressiona o jornalista em campo e dita o ritmo de trabalho.

De acordo com Philip Schlesinger, o fato de a notícia ser perecível cria uma nova estrutura produtiva, em que o imediatismo influencia o estabelecimento das pautas jornalísticas, sendo o tempo elemento relevante do processo de formação e transmissão da informação: “O curso segue um regular ciclo diário, cuja cadência é pontuada por *deadlines*. Estes e os inexoráveis ponteiros do cronômetro são dois dos mais potentes símbolos na cultura profissional do jornalista” (SCHLESINGER, 1999, p. 179).

No caso das editorias internacionais, há mais um ator fundamental no funcionamento da produção noticiosa que pode atuar como aliado, mas pode, por outro lado, significar um desafio para os profissionais dessa área: são as agências de notícias. Empresas jornalísticas criadas para produzir informações em qualquer lugar e repassar para os veículos de comunicação, as agências são o braço direito das editorias internacionais. No entanto, em muitos casos, jornalistas caem na “armadilha do *Control C, Control V*” e replicam conteúdos, transformando-se em meros repetidores da informação.

Este artigo discute a edição jornalística do noticiário internacional, e em especial a sua relação com o funcionamento das agências de notícias. A proposta deste texto é oferecer um material didático para que o aluno de jornalismo compreenda em que medida a editoria internacional é afetada pela produção das agências.

A editoria internacional

Os jornalistas têm o ritmo determinado pelo *timing* das empresas para as quais trabalham. Isso significa que cada profissional segue o compasso de determinado jornal, revista, rádio, site ou canal de televisão. Tais veículos de comunicação não estão, necessariamente, em sintonia. O correspondente de uma revista semanal possui mais tempo para preparar a sua reportagem do que os jornalistas de televisão, rádio ou internet.



Isso não significa que os profissionais do jornalismo impresso contem com uma vantagem de tempo, uma vez que a cobrança acaba sendo a mesma, como explica Tim Butcher, jornalista da revista inglesa Daily Telegraph: “como jornalistas, aprendemos a lidar com a pressão. O *deadline* faz parte mesmo que seja de dois minutos ou de seis horas” (BUTCHER, 2008, p. 109).

No caso dos editores das seções internacionais, ao mesmo tempo em que seguem o ritmo do veículo de comunicação, seguem também o ritmo dos acontecimentos ao redor do mundo, portanto, a seleção do que será publicado varia de acordo com o cenário e a conjuntura mundiais.

Se, por um lado, o jornalismo internacional assistiu a mudanças significativas, fruto do perfil das coberturas, das transformações tecnológicas, adaptações econômicas das organizações midiáticas e do próprio cenário internacional, por outro lado, uma característica marcante se manteve: o uso das agências de notícias como fonte primordial de imagens e notícias.

Evidentemente, existem diversas formas de cobrir um acontecimento internacional (AGNEZ, 2014): é possível contratar correspondentes internacionais ou recorrer a enviados especiais em situações pontuais e relevantes; é possível, também, contratar *freelancers* ou jornalistas independentes, estes, muitas vezes, nativos das regiões onde se pretende cobrir determinado acontecimento; há, ainda, a prática comum de comprar produções jornalísticas locais².

Mas, apesar de todas essas possibilidades e apesar das empresas de comunicação, ao longo do século XX, terem investido na criação de escritórios em outros países para além da cidade-sede, as agências de notícias continuam a ser uma opção frequente. Desde o seu surgimento, elas colaboram intensamente para o crescimento de uma rede global de informações (THOMPSON, 1998).

² Agnez refere a uma nova forma de cobertura de notícias internacionais, o chamado “jornalismo cidadão”, ou seja, a produção de conteúdos por pessoas que não são profissionais de jornalismo, mas fazem transmissões de notícias via Internet. De fato, o conteúdo produzido por essas pessoas, muitas vezes, se torna fonte para jornalistas ou influencia a produção noticiosa profissional, no entanto, optamos aqui por não nos aprofundarmos nesta questão.

As agências de notícias

As empresas de comunicação são clientes das agências de notícias e dependem delas para a sua produção. Não seria ousado afirmar que, dentro do sistema noticioso atual, de acordo com a forma como a informação é produzida, as empresas jornalísticas são dependentes das agências. Sem elas, não seria viável boa parte do trabalho da imprensa. Para analisar a produção da notícia pelas editorias internacionais, é necessário primeiro compreender como funcionam as agências e as organizações de comunicação.

As empresas de comunicação, grandes ou pequenas, investem em estrutura no local onde estão suas respectivas sedes. São poucas as empresas capazes de estabelecer fora do seu país um escritório com funcionários contratados para produzir informação constantemente. Entretanto, em muitos locais, não é necessário investir em uma estrutura permanente. Muitas vezes, enviados especiais suprem essa necessidade. Ainda assim, apenas algumas organizações podem investir no estabelecimento de um escritório com infraestrutura adequada para responder às necessidades noticiosas da região. As despesas financeiras e o investimento são viáveis apenas para grandes redes noticiosas, como a CNN e a BBC, que são canais de notícias vinte e quatro horas. Para atender as outras empresas de comunicação, entram em cena as agências de notícias.

O conceito de emissor e receptor dentro do sistema midiático é, aparentemente, simples e bem definido, sendo o emissor da informação noticiosa aquele que fornece a informação e o receptor aquele que a consome, mas a mensagem, antes de ser transmitida pelo jornalista ao público final, é emitida por fontes, os emissores da mensagem, o que faz dos jornalistas, receptores em determinado estágio do processo de produção noticiosa.

Ao definir os papéis de emissor e receptor, Patrick Charaudeau (2006) aborda as agências de notícias definindo-as como outros organismos profissionais que funcionam como instâncias intermediárias, como fontes de informação das empresas de comunicação. Porém, ao analisar globalmente o sistema midiático, podemos dizer que as agências funcionam como emissores



primários, transformando, desta forma, os veículos nas instâncias intermediárias e as agências nos verdadeiros produtores de informação noticiosa.

Em seu trabalho sobre o tempo, Schlesinger (1999) afirma que, sob um determinado aspecto, os jornais são concorrentes entre si e as agências assumem o papel de niveladoras das notícias. Elas passam a funcionar como os principais emissores de informação por possuir a estrutura organizacional necessária para tal fim e tornam-se, portanto, as fontes primárias de informação para os demais meios de comunicação. Christopher Slaney, correspondente da Associated Press no Oriente Médio, ressalta a estrutura e a força das agências noticiosas, em entrevista exclusiva:

Não olhamos na Internet para saber o que está acontecendo, temos 110 pessoas a trabalhar aqui para buscar a notícia. São 110 pessoas que trabalham como freelancers, part time e full time e produzem informação. Temos uma gama muito extensa de fontes de informação que vai de motoristas a políticos, há muita gente e a informação vem até nós muito facilmente. (SLANEY, entrevista concedida, 2008)

Não se consegue normalmente trabalhar um noticiário internacional com uma equipe de 110 profissionais. Apenas as agências de notícias – além das empresas de comunicação locais – são capazes de estabelecer um sistema tão grandioso. Como as demais empresas de comunicação são clientes das agências, as notícias produzidas por elas tornam-se quase obrigatórias nos jornais, televisões, rádios e sites da internet.

Primeiramente, as empresas de comunicação pagam para receber tais informações, portanto, sentem-se na obrigação de aproveitar o material fornecido. Em segundo lugar, se uma empresa de comunicação publica alguma notícia, as outras, automaticamente, são forçadas a dar a mesma notícia, mesmo que haja outras, talvez até com um grau de importância maior. Num ambiente jornalístico altamente competitivo, onde a notícia, além de informar, é trabalhada também como produto, é impensável não levar em conta as reportagens publicadas por empresas de comunicação concorrentes.

A relevância da notícia, nesse caso, é relativa. Os acontecimentos tornam-se importantes se são anunciados pelos meios de comunicação. Surge, então,



uma espécie de círculo vicioso, de onde os jornalistas não podem, nem ousam sair, como explica Nathalia Watkins, correspondente do canal de notícias brasileiro, Band News:

O jornalista não tem como mudar isso de nenhuma maneira e o editor, no fundo, também não porque todos estão dando determinada coisa e se um editor resolver fazer uma rebelião e quiser fazer tudo diferente, vai ser sufocado pelo mercado. Ele vai ser o único diferente. Não vejo solução para esse problema. O jornalista não pode mudar nada, o editor não pode mudar nada, o leitor, com certeza, não pode. Vai continuar do jeito que é, o que posso tentar fazer é, se me derem espaço para falar alguma coisa que para mim é importante, vou falar. Se tiver o espaço de uma frase que seja, aquela frase já valeu.” (WATKINS, entrevista concedida, 2008)

Juan Miguel Muñoz, do jornal El País, confirma a afirmação de Nathalia ao dizer que se sente triste por depender das agências, mas sabe que esta é a realidade do trabalho do correspondente. Até entre as agências, existe a necessidade de publicar o que a concorrente noticiou. Daniela Brik, da agência de notícias espanhola EFE, descreve este fenômeno:

Quando uma grande agência dá uma notícia, temos que dar também, mesmo sem ter tempo de checar. As outras agências de informação também são fontes e temos que dar a notícia citando-as como fonte. A competição com as outras agências também atrapalha, não só a velocidade. Madrid, às vezes, nos telefona e diz que viu em outras agências informações que nós não demos e querem saber o porquê. Não resta outra opção, temos que dar. (BRIK, entrevista concedida, 2008)

Portanto, as agências de notícias criam uma espécie de “ditadura”, em que as informações noticiosas são selecionadas a partir do que elas produzem. As notícias publicadas dependem, portanto, do trabalho das agências e nenhum meio de comunicação ousa fugir desta “ditadura” para não correr o risco de perder credibilidade, ao deixar de publicar notícias veiculadas por seus concorrentes. Faz parte do trabalho de cada correspondente estar atento à imprensa: ler, ver e ouvir o que os outros correspondentes noticiam e ter a certeza de que aborda os mesmos assuntos.

A partir daí, baseados na “ditadura das agências de notícias”, surge uma forma bastante criticada de se fazer jornalismo. Os acontecimentos passam a



ser notícias graças ao efeito Control C, por meio do qual os jornalistas apenas copiam as informações uns dos outros. A impotência dos correspondentes frente a este problema pode ser comprovada apenas a conversar com eles que, abertamente, falam sobre o assunto, como é o caso de Daniela Kresch, correspondente internacional do Estadão e da rádio portuguesa TSF:

Fica difícil competir com grandes meios de comunicação e agências de notícias. Eles são muito mais rápidos do que eu jamais poderia ser, eles são grandes, com muita gente e imediatamente quando acontece alguma coisa, eles, em questão de segundos, já têm a reação. Eles têm as informações de um fato em segundos e de várias fontes porque as agências falam com várias fontes, sem contar os meios de comunicação locais que são muito rápidos e cheios de gente, então, você vê na televisão daqui as informações e acaba não tendo a necessidade – no caso de hard news – de checar. Eu raramente, uma ou duas vezes, desde que cheguei aqui, liguei para alguém para checar alguma coisa. Em geral, vejo se as agências dão e vejo pela televisão e rádio os próprios personagens falando, quer dizer, políticos, representantes. Não preciso checar com eles porque ouço eles a falar. (KRESCH, entrevista concedida, 2008)

Quando Daniela afirma que os ouve falar, ela menciona o trabalho de outro jornalista que teve a tarefa de buscar a informação. Mas essa alternativa não é simplesmente um reflexo da preguiça do correspondente, mas da praticidade e, ainda mais evidente, da impossibilidade de tentar concorrer com os jornalistas das agências e, como elucidou a jornalista, com os meios de comunicação locais, que possuem maior estrutura. Michel Gawendo, correspondente do SBT, enfrenta a mesma dificuldade e expõe sua forma de encarar a questão:

Em muitas situações, não preciso de fonte zero, então não me atrapalha para checar a notícia porque posso usar as agências. Também não tenho porque competir com a imprensa local. (...) Lógico que não posso acreditar 100% na imprensa de Israel, nem na imprensa palestina, nem 100% nas agências internacionais, mas é claro que algumas informações factuais não têm jeito. Vou dar um exemplo prático, no caso de um atentado ou de uma incursão militar, as fontes oficiais divulgam um número de vítimas, mortos e feridos. Eu não tenho porque ligar para a polícia de Israel, importunando, quando eles já estão respondendo a duzentos repórteres locais. Não faz sentido, nesse ponto eu posso usar segundas fontes, tenho assinatura de agências internacionais. (GAWENDO, 2008)



Empresas de comunicação de grande reconhecimento internacional enfrentam os mesmos desafios. A pressão para dar a informação vem da sede e a falta de tempo e de estrutura para apurar a notícia obriga o jornalista a usar das mesmas armas que quaisquer outros correspondentes, ou seja, o “Control C”. É o caso de muitos jornalistas que buscam informações das agências e da imprensa local por pressão da empresa. Neste ponto, é fundamental reagir a esta prática, pois, ao deixar de lado a dimensão ética, passa a ser um empecilho à realização de um jornalismo de qualidade.

A necessidade de estar em sintonia com o trabalho das outras empresas de comunicação cria a dependência às agências. Mesmo entre os jornalistas, existe a prática do *pool*, nada mais do que a troca de imagens entre correspondentes. José Rodrigues Santos (2001) explica que este é um hábito comum e frequentemente aceito entre os correspondentes que cobrem uma guerra. Desta forma, fica claro que a rotina de copiar notícias e imagens faz parte da rotina dos correspondentes. O que resta saber e é importante questionar é o que ocorre com os acontecimentos que não se tornam notícia. É o que argumenta, em entrevista exclusiva, Henrique Cymermann, correspondente da televisão portuguesa SIC e da espanhola Antena 3:

Como é possível que haja coisas que de alguma maneira ficam mortas, que não são notícia num lugar que é o centro do mundo informativo? Como isso é possível? Mas é um fato (...). Eu tento ir por ângulos diferentes, não sempre o mesmo que as agências fazem porque, para isso, não precisam de correspondente. Estou aqui para isso, para dar outros ângulos, outras visões, que possam ser enriquecedoras e que mostrem um panorama mais amplo da realidade do país. (CYMERMANN, entrevista concedida, 2008)

Portanto, existe uma tentativa de lutar contra a “ditadura das agências de notícias”, ainda assim, esta é uma guerra desleal e injusta, uma vez que o atual ritmo midiático impõe a necessidade de acompanhar as notícias mais frescas, captadas apenas pelas empresas de comunicação com estrutura para uma produção quase frenética de informações.

São as agências de notícias as mais capazes de produzir uma quantidade de material significativo. Por outro lado, esta avalanche de informações sobre



inúmeros acontecimentos que chegam às redações e a sua efemeridade midiática obrigam os profissionais de jornalismo a criar uma rotatividade noticiosa frequente em que um novo assunto elimina o anterior; desta forma, acontecimentos passados são deixados de lado, inclusive, o contexto histórico, o que Charaudeau denomina como a “a-historicidade”, uma característica comum do jornalismo. Este é mais um problema que deve ser enfrentado pelos profissionais da comunicação.

A-historicidade no noticiário internacional

Existe um grande debate entre os jornalistas que cobrem a editoria internacional, em especial em casos que envolvem contextualização histórica, como conflitos e guerras. Qual seria sua real função? Informar os acontecimentos atuais ou contextualizar os acontecimentos, eliminando ao máximo a chamada “a-historicidade” do jornalismo? Claudio Pagliara, do canal italiano RAI, acredita que sua função é apenas informar os acontecimentos atuais:

Não temos que escrever um livro político. Contamos histórias, fatos. Para ter uma ideia completa do problema é preciso tempo. Não se pode pensar e esperar que em toda a história tenha uma explicação do conflito, isto não é jornalismo. (...) Não vou explicar cada razão por trás de cada fato ou explicar o passado. (PAGLIARA, entrevista concedida, 2008)

Jo Floto, da rede inglesa BBC, pensa de forma diferente e defende a importância da contextualização. Ela afirma que sua empresa propõe soluções para informar o seu público da forma mais abrangente possível:

Se você olhar para trás e tentar ver o contexto das notícias, você se perde, o difícil é contextualizar toda a questão que envolve a notícia no pouco tempo que se tem. Uma pessoa que não acompanha a notícia diariamente nem sempre consegue captar todo o contexto porque não temos espaço para isso. Algumas pessoas acham que as matérias não estão completas. Portanto, colocamos todo o contexto do que se passa aqui no nosso website. (FLOTO, entrevista concedida, 2008)

A falta de tempo e de espaço reforça o fato de que existe uma “a-historicidade” no jornalismo e, portanto, a contextualização é deixada de lado, gerando um grave problema em cobertura de acontecimentos internacionais importantes. A “ditadura” das agências de notícias intensifica esta questão.

Considerações finais

No último Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, apresentamos um artigo que discutia o trabalho dos correspondentes internacionais em zonas de conflito. O objetivo daquela comunicação era apresentar a importância desses repórteres no contexto profissional de exercício do jornalismo, ao mesmo tempo que proporcionar um conteúdo para discutir a ética e a prática jornalística em sala de aula.

Este novo artigo é, portanto, um segundo esforço no sentido de se refletir sobre uma porção do noticiário, qual seja, a editoria internacional, e as características que singularizam a produção da notícia nesse contexto específico. Este texto descreveu ainda o trabalho das agências de notícias e suas tensões na relação com os veículos de comunicação. Para tanto, utilizamos entrevistas em profundidade, exclusivas, com correspondentes internacionais sobre a produção de notícia no contexto da editoria internacional.

REFERÊNCIAS

AGNEZ, Luciane Fassarerlla. **Identidade profissional no jornalismo brasileiro: a carreira dos correspondentes internacionais**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, 2014.

_____. O jornalismo internacional entre mudanças e permanências. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v.12, n.2, jul-dez./2015, p. 314-328.

BUTCHER, Tim. Entrevista concedida. In: WELIKSON, Camila. **A produção da notícia em ambiente de conflito: o caso israelo-palestino**. Dissertação de mestrado em Estudos dos Media e do Jornalismo. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2008.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

CYMERMAN, Henrique. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.



FLOTO, Jo. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.

GALTUNG, Johan; HUGE, Mari Holmboe. A estrutura do noticiário estrangeiro (1965). In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999, p. 61-73.

GAWENDO, Michel. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.

GOMBERG, Felipe; WELIKSON, Camila. Os correspondentes internacionais em zonas de conflito: ética, produção da notícia e teorias do jornalismo no ensino da profissão. **Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 6, n. 1, p. 22-38, Jan/Jun, 2019.

KRESCH, Daniela. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.

LANDAU, Julian. **The media: freedom of responsibility. The war in Lebanon 1982, a case study**. Jerusalém: B.A.L. Mass Communication, 1984.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marylin. As notícias como procedimento internacional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos (1974). In: TRAQUINA, Traquina. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999, p. 34-51.

PAGLIARA, Claudio. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.

SANTOS, José Rodrigues. **O correspondente de guerra, o discurso jornalístico e a história. Para uma análise da reportagem de guerra em Portugal no século XX**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Estudos dos Media, Universidade Nova de Lisboa, 2001.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo (1977). In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999, P. 177-190.

SLANEY, Christopher. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

WATKINS, Nathalia. Entrevista concedida a Camila Welikson. Lisboa, 2008.

WELIKSON, Camila. **A produção da notícia em ambiente de conflito: o caso israelo-palestiniano**. Dissertação de mestrado em Estudos dos Media e do Jornalismo. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2008.