

AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS, ESTADO E DESENVOLVIMENTO:

modelos adotados nos países BRICS

Copyright © 2016
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

PEDRO AGUIAR

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

RESUMO - Agências de notícias tiveram papel de destaque no processo de desenvolvimento dos sistemas nacionais e internacionais de comunicação, particularmente na periferia do capitalismo, por serem primordialmente responsáveis pela circulação na economia da informação. Nos países da África, sul da Ásia e Caribe, elas constituíram alicerces prioritários na construção da estrutura institucional do Estado, pensadas para promover o desenvolvimento. Os diferentes modelos forneceram determinantes para políticas públicas nestes países, tais como a opção por agências estatais ou privadas, independentes ou associadas a multinacionais, de importação ou exportação de informação. Considerando esses paradigmas e seus híbridos, o artigo examina os distintos modelos de constituição e operação de agências de notícias adotados nos países emergentes do século XXI, nominalmente os do chamado grupo BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), no que têm de particular em relação ao Estado, ao modelo de propriedade e de negócio, e seus papéis dentro das respectivas estratégias de desenvolvimento nacional.

Palavras-chave: Agências de notícias. Comunicação para o desenvolvimento. BRICS.

AGENCIAS DE NOTICIAS, ESTADO Y DESARROLLO: modelos adoptados en los países BRICS

RESUMEN - Agencias de noticias han tenido rol destacado en el proceso de desarrollo de los sistemas nacionales e internacionales de comunicación, precisamente en la periferia del capitalismo, por ser primordialmente responsables por la circulación en la economía de la información. En los países de África, sur de Asia y el Caribe, ellas constituyeron bases prioritarios en la construcción de la estructura institucional del Estado, pensadas para impulsar el desarrollo. Los diferentes modelos suministraron determinantes para políticas públicas en estos países, tales como la opción por agencias estatales o privadas, independientes o asociadas a multinacionales, de importación o exportación de información. Considerando esos paradigmas y sus híbridos, el artículo examina los distintos modelos de constitución y operación de agencias de noticias adoptados en los países emergentes del siglo XXI, nominalmente los del llamado grupo BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), en qué tienen de particular respecto al Estado, al modelo de propiedad y de negocio, y sus papeles dentro de las respectivas estrategias de desarrollo nacional.

Palabras clave: Agencias de noticias. Comunicación para el desarrollo. BRICS.

NEWS AGENCIES, DEVELOPMENT, AND THE STATE: models of the BRICS countries

ABSTRACT - News agencies have had a privileged role in the development of national and international communication systems, particularly at the periphery of capitalism, being primarily responsible for circulation in the information economy. In countries of Africa, South Asia, Eurasia and Latin America, they constituted prioritised foundations whilst building the institutional structure of the state, designed to boost development. Different models supplied determinants to policies in those countries, such as the choice between public or private ownership, independence or links to global agencies, import or export of information. Taking into account these paradigms and their hybrids, this paper examines the various models of constitution and operation of news agencies that were adopted in emerging countries in the 21st century, nominally the so-called BRICS (Brazil, Russia, India, China, and South Africa), particularly in regards to the State, to ownership and business, and to their respective roles in strategies for national development.

Keywords: News agencies. Development communication. BRICS.

No processo de desenvolvimento dos sistemas nacionais e internacionais de comunicação, um papel de destaque costuma ser assumido pelas agências de notícias, responsáveis primordialmente pela circulação na economia da informação. Particularmente na periferia do capitalismo, elas constituíram alicerces prioritários na construção da estrutura institucional, em especial nos países recém-emancipados da África, sul da Ásia e Caribe entre os anos 40 e 70 do século XX, bem como na América Latina e no bloco socialista do Leste Europeu.

Para leituras pouco familiarizadas, é até de espantar que, entre as dezenas de países que conquistaram a independência no período de descolonização (inserido no contexto da Guerra Fria), vários tenham tomado a iniciativa de criar agências de notícias logo após a fundação de seus respectivos estados. E, como regra geral, mantiveram estas empresas sob propriedade estatal, frequentemente com monopólio, garantido por lei, sobre a distribuição interna e externa de material jornalístico internacional.

Mas por que agências de notícias? O que poderiam tais serviços oferecer de tão relevante aos governos recém-criados para figurar entre as prioridades nacionais, em países com tantas carências humanas mais prementes? Por que não orientar o investimento em

mídias tradicionais, como rádio e jornais impressos, cujas eficácias já tinham sido comprovadas nos países industrializados?

Para responder estas perguntas, é necessário proceder a um exame contextualizado para a realidade dos países em desenvolvimento.

Agências de notícias como instituições estratégicas para o desenvolvimento

Agências de notícias, num primeiro momento, foram privilegiadas por governos de países descolonizados em suas estratégias de desenvolvimento nacional, em detrimento de meios de comunicação (jornal, TV, rádio), por causa de algumas características particulares que ofereciam. Entre elas, destacam-se o relativo baixo custo operacional (em comparação com o consumo de papel pela mídia impressa ou a transmissão por rádio/teledifusão), a centralidade dos processos (facilitando o controle sobre a informação circulada) e o potencial multiplicador (na condição de distribuidoras de informação, doméstica e internacionalmente).

Para os países mais pobres, o serviço de agências oferecia instantaneidade e favorecia a circulação e uma suposta “desterritorialização” (organização interna em rede). Por outro lado, embora isto hoje seja visto com olhares mais críticos, o fato de estarem submetidas ao controle estatal direto era, para as agências, uma vantagem aos olhos dos regimes instaurados nos países recém-emancipados, muitos deles autoritários ou militarizados, por conta das circunstâncias violentas em que se dava a descolonização.

Assim, no contexto pré-redes, até os anos 1980, estabelecer uma agência tinha implicações estratégicas e econômicas, poupando custos e aumentando o poder de alcance das informações que se pretendia divulgar. Não apenas as agências tornar-se-iam a voz e a vitrine de seus respectivos governos junto à mídia (e, indiretamente, à opinião pública) do resto do mundo, como ainda, domesticamente, exerceriam o controle do fluxo de informações estrangeiras para a imprensa local.

Os governos podem às vezes preferir usar transmissões de rádio e TV como veículos de notícias nacionais, o que pode significar que as emissoras agirão como fonte primária de notícias para as agências globais. A utilidade da tele/radiodifusão, na prática, é geralmente mais baixa em comparação: uma agência nacional

fornece registro escrito imediato sobre um pronunciamento ou evento, enquanto uma emissora tem de ser monitorada pela agência global, que pode cuidar de gravar os noticiários mais importantes. Isto consome força de trabalho extra, ainda que tanto agências quanto emissoras possam ser monitorados às vezes. O rádio pode ser mais importante que outras mídias para um estado se comunicar diretamente com a população, grande parte da qual pode não ser alcançada por nenhum meio alternativo; mas, para se comunicar com sua própria mídia ou com a de outros países, o Estado geralmente verá que uma agência nacional de notícias é um instrumento de comunicação pública mais sofisticado. (BOYD-BARRETT, 1980, p. 205)

Por alimentarem a mídia, nacional ou estrangeira, pública ou corporativa, as agências têm potencial multiplicador de conteúdo, disseminando informações e discursos que podem obedecer ao planejamento para o desenvolvimento. Como distribuidoras de informação em massa para os meios de comunicação, tanto em âmbito interno (nacional) quanto externo (internacional), estas empresas tinham um poder quantitativamente insuperável para disseminar informações e opiniões (incluindo aí propaganda), elemento de alta importância estratégica para os Estados em fase incipiente de constituição. A distribuição permanente dos serviços noticiosos das agências estatais, assim, era a antítese do livre-mercado no campo da comunicação, especialmente quando tinham monopólio sobre este tipo de serviço para a imprensa (o que era comum, no contexto da Guerra Fria em vários países pobres). Eram vistas como análogas às indústrias estratégicas estatizadas para garantir a atividade econômica em favor de interesses nacionais, e não imperiais.

Agências nacionais, especialmente no terceiro mundo, são muito frequentemente agências estatais geridas ou altamente subsidiadas por ministérios de informação ou cultura, talvez com participação gerencial dos veículos clientes. Agências nacionais têm muitas vezes monopólios virtuais do fornecimento tanto de material doméstico quanto de doméstico e estrangeiro para os seus clientes, seja porque governos decretaram seus monopólios, ou porque o monopólio é um resultado inevitável das condições de mercado. (BOYD-BARRETT, 1980, p. 192)

Na visão dos ideólogos do desenvolvimento autônomo, agências de notícias são ferramentas políticas para construção do espaço simbólico por meio da circulação de informações. Este poder foi rapidamente notado pelos países emancipados (...) para atender a demandas específicas criadas ao longo do processo de descolonização. Com as independências, as antigas colônias perderam a responsabilidade de defesa, manutenção e investimentos

por parte das metrópoles. Assumir a soberania nestas áreas era um objetivo estratégico e permanente para os novos governos. Assim, passaram a ter de “correr atrás” de substituições no amplo universo da economia mundial, obviamente começando em posição de desvantagem. Por isso, fazer-se presente junto à esfera pública internacional e ao imaginário da sociedade civil – principalmente entre as elites determinadas como “formadoras de opinião” – era uma tática veloz e de baixo custo dentro daquela estratégia.

A estratégia de desenvolvimento adotada por esses países atribuía às agências a função de divulgar suas conquistas e demandas, defender seus posicionamentos, documentar seus atos e, talvez em plano até menor, informar o público e atores geopolíticos mundiais sobre os acontecimentos e o processo cotidiano de construção do Estado-nação. Tratava-se, em última análise, de se fazer presente numa realidade mundial em que os canais de comunicação eram extremamente concentrados e controlados por corporações sediadas nas grandes potências, quando ainda não havia Internet. Dentro deste contexto, era dado às agências o papel ao mesmo tempo nobre e discutível de serem arautos dos povos em luta por emancipação – não apenas política, mas também econômica, tecnológica, científica e cultural.

Ao mesmo tempo, internamente, a demanda governamental, em diversos níveis (do topo nacional até as ramificações locais) por informação confiável e ágil que facilite a tomada de decisões, inclusive antes mesmo de sair publicado na imprensa, também foi outro fator que impulsionou a formação de tais empresas. “Governos também precisam estar bem informados para bem governar. Precisam estar bem informados sobre notícias internacionais, e sobre o seu próprio país” (BOYD-BARRETT, 1980, p. 203). Por isso, lembra o autor, grande parte da atividade das agências globais está associada à “transmissão de notícias sobre governos, e governos estão entre seus consumidores mais ávidos” (idem, *ibidem*).

Para Schramm (1976, p. 68), representante da corrente difusionista da comunicação para o desenvolvimento, de matriz liberal clássica, “o processo de desenvolvimento nacional” ilustra admiravelmente a forma como a informação “livre” tem efeitos sociais de libertar uma sociedade “da ignorância e da manipulação unilateral”. Segundo ele, “a *quantidade de informação disponível* e a *amplitude de sua distribuição* constituem, assim, um fator-chave na velocidade e suavidade do desenvolvimento” (op.cit, 86 - grifos

meus) – ou seja, que o desenvolvimento se desse de maneira não apenas rápida, mas também pacífica e menos conflituosa. Ao mesmo tempo, como países em desenvolvimento têm situação desvantajosa no que diz respeito às possibilidades de distribuição da informação (LERNER & SCHRAMM, 1973, p. 37-38), aumenta a importância dos intermediários para a comunicação nacional-local no Sul Global (SCHRAMM, 1976, pp. 141-142). Deriva daí a importância estratégica das agências como ideais para distribuir informação sob condições infraestruturais precárias em países descolonizados.

Nosso ponto é que a comunicação está sempre no centro da existência para qualquer sociedade, em desenvolvimento ou não. (...) Essas necessidades são especialmente urgentes e espalhadas por todos os países em desenvolvimento, onde as tarefas vinculadas aos meios de comunicação são enormemente maiores que antes da época desenvolvimentista. Se o fluxo de informações e os canais de comunicação não são adequados a essas tarefas, eles devem ser elevados ao nível da necessidade. (SCHRAMM, 1976, p. 98)

Dentro desta função prevista, as agências de notícias foram percebidas pelos Estados como eficientes meios de executar tal “fluxo adequado de informação”, levando em conta necessidades como disseminação em massa de conteúdo padronizado codificado em diferentes línguas (ou em uma mesma língua acessível a elementos de diversos grupos, em geral das respectivas elites tribais ou locais).

Assim, as agências nasceram exercendo tanto o papel de exportação, ou *output* (disseminação, para o exterior, de notícias sobre aquele país), quanto de importação, ou *input* (distribuição doméstica de notícias internacionais), e cuidavam apenas secundariamente da circulação de notícias nacionais para a mídia de seu próprio país. Já em fins dos anos 70, o conteúdo internacional representava pelo menos metade da produção total grande maioria das agências nacionais, tanto grandes quanto pequenas (BOYD-BARRETT, 1980, p. 193). Particularmente nos países em desenvolvimento, graças à estratégia do monopólio sobre a assinatura e a redistribuição do serviço de agências de notícias estrangeiras, as agências nacionais exerciam o filtro primaz sobre o que se passava e se dizia no mundo – particularmente o que fosse publicado a respeito do próprio país em questão. Uma agência nacional era “a mão do Estado fechando e abrindo a porteira do *gatekeeping* diretamente” (AGUIAR, 2010),

numa época em que não existiam à disposição os agregadores de notícias e as ferramentas de busca online para mapear, buscar ou encontrar outras fontes de informação.

Em 1971, havia agências nacionais em 90 países soberanos, um aumento de 76% sobre 1950, quando havia agências nacionais em 51 países. Havia ainda 40 países sem agências nacionais, e 25 deles tinham população acima de 1 milhão. Em 56% de todos os casos, agências nacionais eram estatais; a maior parte das outras eram empreendimentos de jornais privados ou empresas estabelecidas sob auspícios do Estado. (BOYD-BARRETT, 198, p. 193)

Apesar disso, vale esclarecer que, quando falamos em “agência nacional”, não se denota especificamente uma empresa de propriedade estatal ou pública, menos ainda que forneça serviços noticiosos exclusivamente à imprensa doméstica, mas sim uma agência que tenha como base comercial de clientes a maioria da mídia de um país e, ao mesmo tempo, seja referência no exterior como fonte de informação fiável e em fluxo contínuo sobre seu próprio país. O conceito é análogo ao de uma companhia aérea nacional (em inglês chamada de *national carrier*). A DPA, privada, é a agência nacional da Alemanha, tanto quanto a Télam, estatal, é a agência nacional da Argentina.

Paradigmas da comunicação internacional

Os diferentes modelos paradigmáticos adotados pelos países para suas agências de notícias nacionais estão relacionados, principalmente, à posição estrutural de cada país no sistema-mundo da comunicação – central, periférica, semiperiférica – o que, em última análise, remete ao seu papel na Divisão Internacional do Trabalho. Desde pelo menos os anos 70 do século XX, estudos críticos da Comunicação Internacional comprovaram que os desequilíbrios nos fluxos internacionais de informação correspondiam em grande escala àqueles no comércio global de mercadorias tangíveis, o que por sua vez estendeu a esse campo os conceitos de subdesenvolvimento estrutural e dependência (THUSSU, 2006, pp. 46-51).

Uma sequência de escolas teóricas se sucedeu e disputou hegemonia no campo de estudos da comunicação internacional ao longo da Guerra Fria, não só para explicar tais desequilíbrios

como para propor maneiras de corrigi-los. A síntese dessa disputa, de acordo com Mattelart, foi a variação em torno de dois determinismos: o da tecnologia e o da modernização, ambos apresentados como suficientes para impulsionar o desenvolvimento.

A concepção de desenvolvimento que guiou iniciativas de comunicação dos países ricos para as sociedades em descolonização (ou de organismos multilaterais para estes), como apontado por Mattelart (1994, pp. 185-186), foi a do paradigma da modernização. Esta enxergava como natural a reprodução de técnicas, processos e valores do Norte nas nações do Sul global, sem levar em conta as particularidades e prioridades deste último.

Futuros receptáculos de um progresso proveniente do exterior, as sociedades ditas tradicionais estavam reduzidas a esperar a revelação dos *dei ex-machina* encarregados de difundir a boa palavra cosmopolita. Espelho e anteparo: o desenvolvimento-modernização incitava essas sociedades, por um lado, a ver a imagem de seu futuro através do modelo ideal encarnado nas sociedades modernas do Norte urbano e industrial e, por outro, a considerar sua própria herança cultural como uma desvantagem no sentido da evolução social e econômica. (MATTELART, 1994, pp. 201-202)

Dentro das teorias da modernização, a corrente do difusionismo, a mesma de Schramm, defendia claramente que o processo de desenvolvimento seria difundido do centro do capital para a periferia, exigindo nesta a importação não apenas de infraestrutura, mas também de superestrutura: valores, ideologias, relações de produção e de poder. Nas palavras de seu principal representante (apud Mattelart), Everett Rogers, “o desenvolvimento é um tipo de mudança social no qual novas ideias *são introduzidas* em um sistema social com o objetivo de produzir o aumento da produção per capita e a elevação dos níveis de vida através de métodos mais modernos de produção e de uma organização social aperfeiçoada” (grifo meu).

Tais ideias e valores, como ressalta Dantas (2002, pp. 129-131), eram carregados também pelas agências de notícias, na medida em que conduziam – por meio de sua cobertura regular sobre o cotidiano e os processos políticos, econômicos e culturais do Primeiro Mundo – um fluxo contínuo unidirecional Norte-Sul.

As agências forneceram e seguem fornecendo, a essas elites, uma única imagem do mundo, imagem com a qual todos devem se identificar, se querem parecer “desenvolvidos”. Até

mesmo os membros mais críticos e reformadores das elites locais acabaram conformados a reduzir suas opções políticas e históricas aos limites preestabelecidos pela cultura colonialista hegemônica. (DANTAS, 2002, pp. 130-131)

Isso era reforçado, muitas vezes, pelas próprias agências nacionais, nos acordos que estabeleciam com as agências transnacionais. Na medida em que o setor público nesses países não dispunha nem de equipamentos nem de recursos humanos qualificados em escala suficiente para operar a máquina das agências no volume de output exigido para alimentar a imprensa nacional e a mídia estrangeira, em diversos casos estes mesmos aparatos estatais entraram em “associação” com agências de notícias de países imperialistas (incluindo aí a URSS, no contexto da Guerra Fria) para “cooperação” e intercâmbio de conteúdo, numa relação que Boyd-Barrett e Rantanen (2002) classificam como de tanta dependência quanto a dos demais setores econômicos.

As agências globais não controlam a distribuição de seu próprio produto para todos os jornais varejistas, emissoras e outros clientes. Um intermediário importante em vários países para pelo menos alguns clientes, e na maior parte deles, é a agência nacional de notícias, e em nenhum lugar isto é mais verdade do que nos países em desenvolvimento do Terceiro Mundo. Onde a dependência das agências globais já é grande, portanto, o escopo de seleção de notícias pela organização de mídia varejista individual ainda mais reduzido pela intervenção de uma terceira parte. (BOYD-BARRETT, 1980, p. 192)

Tal relação de dependência e assimetria passou a ser denunciada pelos estudos de comunicação internacional realizados nos países subdesenvolvidos, particularmente na América Latina e na Índia. As agências transnacionais foram o “alvo principal” destes estudos (MATTELART, 1994, pp. 212-213), que quantificavam a concentração da origem da informação circulada nesses países, da mesma forma que pesquisas econômicas identificavam a concentração de capital no Terceiro Mundo por parte de empresas multinacionais. Com essa analogia, surgiu a teoria do imperialismo de mídia (ou midiático), que Boyd-Barrett (apud MATTELART, 1994, p. 209) definiu como “o processo pelo qual a propriedade, estrutura, distribuição ou conteúdo dos meios de comunicação de massa ficam submetidos, em determinado país, a fortes pressões por parte da mídia que representa os interesses de um ou vários países”. A própria ideia de imperialismo midiático deveu-se, em boa parte, às agências de notícias transnacionais (ou “globais”, na tradução aqui feita sobre

a nomenclatura usada por Boyd-Barrett em seu estudo seminal de 1980) e à relação de “parceria desigual” que estas estabeleceram com as agências nacionais de países subdesenvolvidos.

O conceito de imperialismo denota um desequilíbrio nas relações de poder entre os países. As primeiras agências surgiram entre as grandes potências imperialistas do século XIX e a sua relação com agências de outros países era e ainda é em certa medida reflexo do equilíbrio imperialista de poder. (...) Deve-se compreender, entretanto, que este desequilíbrio não era quase sempre completamente unidirecional. As agências globais não impuseram sua própria máquina de apuração e distribuição em todo lugar. Em vez disso, estabeleceram relações com agências independentes locais. A característica essencial desta relação era o intercâmbio de notícias que incorporava, ainda intercâmbio fosse raramente igual. (BOYD-BARRETT, 1980, p. 195)

Em outras palavras, se a agência de notícias (estatal) de dado um país africano detinha monopólio sobre o fornecimento de informações para os jornais locais mas não dispunha de recursos financeiros nem técnicos para garantir para seus clientes o suprimento em larga escala, principalmente de noticiário internacional, ela entrava em associação com a Reuters ou a AFP para garantir o envio deste conteúdo, ao mesmo tempo em que se comprometia contratualmente a dar exclusividade de publicação internacional de seu próprio conteúdo para a agência “parceira”. Assim, a agência transnacional (em geral, sediada na potência de maior influência imperialista sobre seu país) se tornava a única fonte de informação internacional para a imprensa daquele país, bem como o único canal de divulgação externa das notícias daquele mesmo país no resto do mundo. Como sintetizou Boyd-Barrett (1980, p. 193), “por meio das agências nacionais, os serviços das agências mundiais são distribuídos para veículos que de outra maneira provavelmente não os receberiam”.

Esta relação permite o fluxo não apenas de informação, mas também de capital, na direção centrípeta (da periferia para o centro), do sistema-mundo da comunicação, na medida em que as agências nacionais pagavam (e muitas ainda pagam) um valor em forma de “comissão” às agências transnacionais – e não o contrário, como se poderia esperar pelo fornecimento de material exclusivo – por conta dos clientes obtidos com seu serviço redistribuído (BOYD-BARRETT & RANTANEN, 2002). Assim, as agências nacionais passaram a fornecer “uma boa porém desconhecida proporção da receita internacional total das agências globais” (BOYD-BARRETT, 1980, p. 193).

Uma agência nacional é, de algum modo, dispositivo conveniente de receita, pelo qual a receita é assegurada às agências globais por veículos que, individualmente, não seriam capazes de pagar por seus serviços globais mas que, coletivamente, ou por ajuda estatal, conseguem. Por esse motivo, muitas agências nacionais emergiram em relação estreita com uma ou mais agências globais. (BOYD-BARRETT, 1980, p.193)

Boyd-Barrett (1980, p. 194) aponta que uma das causas estruturais associadas ao desequilíbrio no fluxo internacional de informação (inclusive no efeito de “imagem deturpada” dos países pobres no noticiário dos países ricos) era a crônica “falta de recursos” das agências nacionais dos países subdesenvolvidos, “já que as agências nacionais geralmente são importantes fontes de notícias para as agências globais”. Entretanto, ressalta, tal falta refletia “o problema básico, que é não existência ou o empobrecimento dos mercados locais na maior parte das regiões do Terceiro Mundo”.

A chegada das agências de notícias ao que viria a ser o Terceiro Mundo não foi desprovida de sérias consequências políticas e culturais. Seus telegramas determinavam quais acontecimentos eram importantes no dia-a-dia de cada país e como deveriam ser noticiados. Obviamente, faziam-no conforme os critérios e prioridades, muitas vezes etnocêntricos ou mesmo racistas, de seus repórteres e editores. Essas agências internacionalizaram um tipo de jornalismo, então nascente nos Estados Unidos e na Europa, que dá importância ao imediato, ao extraordinário, ao sensacional, ao superficial, ao bizarro, ignorando as articulações dos fatos, os processos sociais, as diferenças culturais e históricas entre os povos. (DANTAS, 2002, p. 130)

Tal situação não diferia do quadro geral do subdesenvolvimento, tal como descrito em diagnósticos como os dos economistas estruturalistas como Celso Furtado e Raúl Prebisch. Na busca por essa superação, seguindo preceitos do desenvolvimentismo, diversos países optaram pelo estatismo puro em suas estratégias de comunicação, principalmente nas agências de notícias.

O Estado se envolveu desde cedo na apuração e disseminação de notícias. Para isso, usou uma variedade de meios ou combinação de métodos que incluíam propriedade direta, controle sobre concessões de tarifas para uso de instalações estatais de comunicação, intervenção no conteúdo editorial, e subsídio aberto ou secreto ou financiamento de agências de notícias. (SHRIVASTAVA, 2007, p. 7)

A opção de associação estatal, no entanto, não foi uma inovação terceiro-mundista: ela havia sido inaugurada pelas próprias

potências imperialistas ainda no século XIX. Thussu (2006, p. 9) afirma que as três primeiras agências europeias – Reuters, Havas e Wolff – eram subsidiadas por seus respectivos Estados, e Shrivastava (2007, p. 153) comenta que a Reuters, especificamente, era “uma instituição nacional e imperial”. O Estado participou da criação da rede de telecomunicações mundial também com subsídios, não apenas às próprias agências, mas principalmente às companhias de telégrafo, que construíam a infraestrutura física (*hardware*) para o uso pelos sistemas de transmissão de informações (*software*).

A instalação dessa infraestrutura seguia interesses imperiais manifestos (THUSSU, 2006), levando o fluxo de informações a começar a ser formado nas mesmas linhas do fluxo comercial internacional da fase imperialista (monopolista) do capitalismo. Segundo Dantas (2002, p. 129), os cabos telegráficos, terrestres ou submarinos, bem como as bases de radiotelefonia e tecnologias posteriores, acompanhavam “as rotas dos navios e ferrovias que transportavam as riquezas das colônias e países dependentes para a Europa e os Estados Unidos”. O autor explica que, “nos países periféricos, como consequência da própria condição tecnológica e industrial subordinada, (...) as redes foram implantadas e ficaram sob o controle de empresas estrangeiras, especializadas nas comunicações internacionais” (idem).

As infraestruturas de transporte e informação dos países periféricos serviram, basicamente, à inserção internacional de suas economias, fonte de matérias-primas e mão-de-obra baratas para os países centrais. Secundariamente, forneceram redes telegráficas ou telefônicas para as classes ricas e remediadas. Nesses países, nunca se falou, à época, em universalizar as telecomunicações. (DANTAS, 2002, p. 129)

Não seria surpresa, portanto, que a distribuição global desses fluxos, mesmo décadas mais tarde, refletisse a Divisão Internacional do Trabalho, com suas assimetrias, seus desequilíbrios e sua estrutura centrípeta (periferia-centro), tanto nos bens tangíveis quanto para a informação-mercadoria.

O primeiro movimento, historicamente, a tentar reverter esse quadro foi o dos Países Não-Alinhados, formado nos anos 1950 a partir da primeira leva de descolonização na Ásia e na África (Índia, Indonésia, Gana). Não apenas usaram fóruns internacionais (onde se consagrou o princípio do “um voto por país”, igualando-os às potências militares e econômicas) para denunciar e questionar a Divisão Internacional do Trabalho, como também questionaram a ordem comunicacional dela derivada. De fato, já nos anos 70, nas

conferência do movimento em Argel (1973) e Colombo (1976), os não-alinhados atrelaram a demanda por uma Nova Ordem Econômica Internacional (NOEI) a uma similar Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC).

Nesse processo, a ferramenta institucional eleita pelos não-alinhados, como representantes do Sul Global (os países em desenvolvimento, mormente recém-descolonizados), para efetuar essa mudança sistêmica foi a mesma utilizada pelas potências imperialistas no século XIX: o Estado.

Coube ao Estado, na estratégia desenvolvimentista adotada pelos não-alinhados, a tarefa de remontar as infraestruturas nacionais para atender às demandas nacionais de desenvolvimento, não mais às dos colonizadores. Ao Estado também foi confiado o papel de organizar o novo software (as agências de notícias nacionais), que operasse de acordo com interesses endógenos dos novos países.

Uma vez formadas as unidades nacionais desse sistema, o Movimento Não-Alinhado tratou de articulá-las em uma rede mais ampla: o Pool de Agências de Notícias Não-Alinhadas, que, pelo menos entre 1975 e 1980, constituiu um sistema contra-hegemônico para a circulação internacional de notícias entre os países subdesenvolvidos (a esse respeito, consultar AGUIAR, 2010). A iniciativa do pool não-alinhado, formado exclusivamente por agências estatais, respondeu à demanda por “descolonizar a informação” e à configuração da NOMIC (MATTELART, 1994, p. 212), até se ver desmobilizada por diferentes fatores internos e externos nos anos 1980.

O modelo de agências de notícias de propriedade estatal, e não privada, parecia evidente como o melhor – senão o único – a ser adotado nos países subdesenvolvidos recém-independentes, mesmo aqueles com regimes fortemente privatistas e antissocialistas, pelo simples fato de a informação pública ser tratada como área estratégica. Assim como se buscava o “desenvolvimento soberano”, também a soberania informativa era almejada, materializada na autonomia operacional e produtiva das agências nacionais em relação às agências transnacionais (imperialistas). Tanto quanto recursos naturais ou aviação civil, o fluxo contínuo de informação das agências era visto como setor caro à soberania nacional, de alta sensibilidade política e, portanto, naturalmente submetido ao monopólio estatal.

A intenção, entretanto, raramente ou quase nunca se materializou da forma prometida. Uma vez que, mesmo dotadas

de autonomia político-administrativa, as nações subdesenvolvidas permaneciam inseridas no sistema global do capital, e criaram com suas antigas metrópoles uma relação de dependência (MATTELART, 1994, p. 202), suas economias continuaram precisando de infraestrutura e logística voltadas para as demandas dos clientes principais – novamente, as potências centrais do capital –, tornando a pretendida fuga da Divisão Internacional do Trabalho muito difícil. Assim como a continuidade da exportação de matérias-primas manteve ferrovias, portos e rodovias nos mesmos trajetos do período imperialista, os fluxos de informação mantiveram as rotas nos eixos Norte-Sul e Sul-Norte, e quase nada no eixo Sul-Sul.

Nunca é demais lembrar que todo esse período histórico de Guerra Fria, descolonização e fundação das agências de notícias se deu entre os anos 1940 e 1980, antes da revolução nas tecnologias de informação e comunicação, mas que os processos de digitalização e convergência ampliaram o papel das agências, em vez de prejudicá-lo (PATERSON, 2005). Nos anos 80 e 90 do século XX, após o fim da Guerra Fria, a opção pelo modelo estatal do sistema de informação pública sofreu, como todas as áreas da economia nos países em desenvolvimento, especialmente as estratégicas, um forte revés com a ascensão do neoliberalismo como ideologia hegemônica para a gestão pública. Por essa época, eventos do setor abandonaram o problema do desequilíbrio dos fluxos e voltaram os olhos para a questão da independência editorial no contexto de pós-estatismo, como documenta Shrivastava (2007, pp. 164-167). Em 1996, um encontro do Instituto Internacional de Imprensa em Varsóvia emitiu uma declaração em que exigia independência editorial para as agências estatais e restaurava a doutrina do “livre-fluxo”. Afirmção idêntica foi feita no ano seguinte no seminário europeu de Promoção de Mídia Plural e Independente em Sófia. Em 2001, a oficina da UNESCO “Agências de Notícias na Era da Internet”, em Amã (tendo Boyd-Barrett como um dos principais consultores), chamou a atenção para a fragilidade do setor com os processos de privatização e desregulação.

Ao mesmo tempo, despontou a revolução nas tecnologias de comunicação e informação, desencadeando os processos de digitalização, networking e convergência, em paralelo com o fenômeno econômico-político-cultural da globalização, que potencializaram o campo de atuação das agências. Hoje, cortando custo com a digitalização de suas operações e alcançando um leque muito maior

de clientes ao fazer distribuição de seu conteúdo em rede, as agências têm muito mais penetração que na época de sua criação.

Mas os fenômenos da digitalização e da convergência, em paralelo com a onda neoliberal (globalizante, privatista e desreguladora), longe de modificar estruturalmente, aprofundaram a dependência e a concentração em alguns cenários, enquanto expandiram influência e estreitaram laços com o capital transnacional em outros. Entre as agências de países periféricos, algumas foram privatizadas, outras aprofundaram sua dependência com as agências transnacionais tornando-se meras repetidoras de conteúdos estrangeiros, e finalmente algumas foram extintas, por falta de capacidade ou de interesse dos Estados (particularmente na África) em mantê-las.

Assim, podemos desenhar quatro modelos derivados dos paradigmas adotados em diferentes para seus respectivos setores de agências de notícias, conforme a Tabela I.

Tabela I. Modelos de agências de notícias nacionais	
modelo	características
Privatista Industrializado (liberal)	agência nacional privada, com interesses de mercado internacionais ou transnacionais exportação e importação de informações (Norte e Sul) livre concorrência nominal (monopólio/oligopólio <i>de facto</i>)
Privatista Subdesenvolvido (colonial)	agência nacional privada dependência de agência transnacional/global reprodução de modelos transnacionais livre concorrência
Estatista	agência nacional estatal importação e exportação de informações (Norte) monopólio sobre redistribuição de conteúdo de agência transnacional para mídia local
Híbrido (modernizante)	agência nacional estatal ou privada (ou ex-estatal privatizada) importação e exportação de informações (Norte) reprodução de modelos transnacionais e domínio de mercado
Fonte: lavra própria	

A tendência neoliberal continuou ascendente até a segunda metade dos anos 2000, quando a crise financeira internacional e o sucesso de experiências neodesenvolvimentistas, calcadas no fortalecimento do Estado (principalmente na América Latina, mas também em algumas áreas da Ásia e da África), puseram em xeque o modelo privatista e de desregulação. Embora não pudessem ter previsto esta transformação, os governos de países pobres que superaram a vaga neoliberal perceberam-na e estão usando agências com o fim de promover suas novas estratégias de desenvolvimento. Por exemplo: dentro do contexto da chamada “virada à esquerda” na América Latina, surgiram algumas experiências interessantes com novas agências de notícias criadas pelos governos nacional-populares implantados na região, como na Venezuela (a AVN, refundada em 2005), Equador (ANDES, fundada em 2009) e Paraguai (IP Paraguay, em 2009).

Nesse segundo momento, países de renda média cujos governos tinham resistido ou revertido a onda neoliberal em tempo hábil (fosse por via democrática ou autoritária, com ou sem alternância de poder) conseguiram demonstrar maior imunidade à crise e despontaram como “potências emergentes” no cenário hegemônico global. Entre eles, são frequentemente destacados o Brasil, a Rússia, a Índia, a China, a África do Sul, o México e a Turquia. Destes, os cinco primeiros formam o núcleo institucional de cooperação denominado BRICS, pelas iniciais de seus integrantes. Ainda que não tenham particularmente investido em experiências de novas agências como os latino-americanos citados, os países BRICS têm modelos distintos de propriedade e operação de suas agências de notícias nacionais, pelo que passamos aqui à etapa de comparação.

Modelos adotados nos países BRICS

Os cinco países que compõem o bloco dos BRICS, agrupados pela faixa de desenvolvimento semiperiférico em que se encontram e pelo potencial de crescimento de suas economias, têm todos ao menos uma agência de notícias nacional (Rússia e Índia tendo mais que uma). Politicamente, os BRICS herdaram um papel que era exercido pelo Movimento Não-Alinhado (que continua existindo, embora tenha perdido muito de seu poder de pressão), ao defender interesses dos países periféricos junto às organizações

multilaterais e às potências do Norte. Respectivamente, poder-se-ia esperar, suas agências nacionais seriam capazes de posicionar-se nas mesmas funções que as agências não-alinhadas desempenhavam no sistema internacional de informação à época da Guerra Fria. Isso, no entanto, não é concretizado em virtude dos diferentes modelos de agências de notícias adotados em cada um desses cinco países.

Rússia

Na Rússia, o cenário do setor das agências de notícias sofreu uma série de mudanças que acompanharam as configurações e rupturas institucionais do Estado, com um longo período de domínio da agência TASS, desde o período soviético. Sua origem, ainda na fase tsarista, está na Agência Telegráfica Mercantil (*Tõrgovo-Tyelyegráfnoye Aguëntstvo* em russo - TTA), uma repartição do Ministério das Finanças do Império Russo. No início, era dedicada especificamente a informações de cunho comercial e financeiro (RANTANEN, 1985). Com a eclosão da Guerra Russo-Japonesa, em 1904, o governo mudou o escopo de noticiário do serviço para incluir também a cobertura do conflito. Embora mantendo equipe e instalações, o órgão foi rebatizado como Agência Telegráfica de São Petersburgo (*Sankt-Pyetyerburgskoye Tyelyegráfoye Aguëntstvo* - SPTA). Quando o nome da então capital russa foi alterado para Petrogrado, em 1914, a agência acompanhou a mudança (virando PTA). Esta perdurou até a Revolução Bolchevique.

Em dezembro de 1917, o órgão foi mais uma vez rebatizado como Agência Central de Informação (TsIA), submetida ao Conselho dos Comissariados do Povo (gabinete ministerial do poder executivo do governo bolchevique). Em 7 de setembro de 1918, a TsIA foi fundida ao Departamento de Imprensa do Comitê Executivo Central do governo comunista para formar a ROSTA – Agência Telegráfica Russa (*Rossiyskoye Tyelyegráfnoye Aguëntstvo*), nova agência de notícias específica para a Rússia soviética. Outras repúblicas que iam se emancipando do Império Russo e formando novas repúblicas soviéticas ao longo da guerra civil (a URSS só seria criada oficialmente em 1922) também montaram suas próprias agências, como a RATAU ucraniana, a BELTA bielorrussa e a ArmenPress armênia.

Em 1925, já sob o governo de Stalin, a ROSTA e as outras congêneres foram “federadas” numa espécie de meta-agência que coordenaria os trabalhos de todas as demais: a TASS (*Telegrafnoye Agentstvo Sovietskogo Soyuz*, ou Agência Telegráfica da União Soviética). A principal função da meta-agência seria garantir o monopólio centralizado sobre a circulação de informação internacional (importação e exportação), sem “ofender” as outras nacionalidades e, formalmente, sem extinguir a ROSTA (KRUGLAK, 1975, pp. 8-9). Rantanen (2007, p. 151), que estudou especificamente o caso russo e da ex-URSS, explica que, na época do monopólio da TASS, “o modelo soviético era um modelo de satélite com sede em Moscou e sucursais nas capitais das diferentes repúblicas soviéticas”.

À parte do fato de que este era um modelo muito centralizado, no qual o poder em última análise residia em Moscou, havia uma clara evidência de formas pioneiras de comunicação transnacional em um contexto socialista. Era uma sociedade em rede soviética, com todos os seus problemas, na qual havia uma correspondência entre o território nacional e a sociedade em rede (...), cuja influência não pode ser subestimada. Era ainda baseada na ideia do nacional, como o era a própria União Soviética, que reconhecia a uma certa medida as diferenças nacionais e a soberania das repúblicas soviéticas, apesar de o sistema político como um todo ser altamente centralizado e vertical. (RANTANEN, 2007, p. 151; grifo do original)

Convertida em comitê estatal do governo soviético em 1971, a TASS foi reorganizada como ITAR-TASS apenas um mês após a dissolução da URSS, em 1991, mas mantida como órgão estatal subordinado ao poder executivo. Embora não tenha sido privatizada (como o foram muitas estatais), a TASS passou a concorrer com outras agências de notícias, não só no mercado interno, mas também internacionalmente pelo status de “agência de referência” sobre a Rússia para a mídia estrangeira. As duas mais relevantes entre essas outras agências na Rússia atual são a Sputnik (também estatal, colocada sob a guarda da Rossiya Segodnya e sucessora da RIA Novosti, fundada em 1961 e fundida em 2013), e a Interfaks (ou Interfax, na grafia ocidentalizada), privada. Ainda assim, a TASS continuava como líder de mercado: no início dos anos 2000, Shrivastava (2007, p. 210) registrava que a TASS tinha 130 sucursais no exterior e na Rússia, e acordos de cooperação com 80 agências estrangeiras. Em 2015, a empresa afirmava ter 5 mil assinantes ao redor do mundo, dos quais 20% eram veículos de comunicação, além de contar com uma equipe de 1.500 profissionais e oferecer

serviços em russo, inglês, espanhol, francês, alemão e árabe. O número de escritórios subira para 138 (sendo 70 na Rússia e 68 no exterior)¹. O nome deixou de ser ITAR-TASS e foi revertido para apenas TASS em 2014.

China

Já na China, o modelo de agências foi reproduzido do soviético, embora ainda mais centralizado e, embora formalmente subordinado ao Conselho de Estado (governo), posto sob supervisão do Partido Comunista Chinês (ELLIOTT, 2000; 343). A agência nacional e estatal chinesa, a Xinhua (em mandarim, “nova China”), tem origens na Red China News Press, agência fundada pelo Partido Comunista Chinês ainda em 1931, durante a Guerra Civil contra os nacionalistas do Kuomintang. Segundo Rantanen (2007, pp. 151-153), “a Xinhua adotou o modelo da TASS na organização de suas operações, mas deu à sua sede em Pequim o controle centralizado sobre suas sucursais”. O caráter estatal do modelo permaneceu inalterado mesmo com as reformas do “socialismo de mercado” introduzido com a Gaige Kaifang, a “Perestroika chinesa” de Deng Xiaoping a partir de 1979.

A Xinhua também tem acordos com as agências transnacionais (XIN, 2006, p. 119) e edita jornais diários tanto em inglês, para os estrangeiros, quanto em mandarim, para o público interno e a diáspora. A ligação estreita da agência com o Partido é definida por Elliott como “os olhos” e por Xin como “garganta e língua”, na medida em que vê (importa informações) e fala (exporta) em nome dos interesses da burocracia dirigente. A função de censura é prevista já no próprio organograma da empresa, cuja redação é dividida entre quatro editorias: noticiário nacional para circulação doméstica, noticiário internacional para circulação doméstica, noticiário nacional para circulação externa e noticiário internacional para circulação externa (ELLIOTT, 2000, p. 345).

Mais ainda, a Xinhua se destaca de outras agências de notícias por exercer na prática um papel de regulador do mercado, pelo fato de deter monopólio legal sobre a redistribuição de informações econômicas e financeiras (principal fonte de receita para as grandes agências), tanto de agências transnacionais para a imprensa chinesa quanto vice-versa. A mídia estrangeira que quiser obter ou publicar

dados de economia deve solicitar uma autorização da própria Xinhua. Esse duplo papel de fornecedor e regulador tem levado a conflitos de interesse entre a agência chinesa e concorrentes externas como a Reuters, AP e Dow Jones, que tentam penetrar no mercado chinês (XIN, 2006, pp. 119-120).

África do Sul

Na África do Sul, o modelo colonial predominou até recentemente. Sua agência nacional foi a SAPA (South African Press Association), formada como cooperativa entre jornais privados sul-africanos (SHRIVASTAVA, 2007, p. 235), mesma natureza corporativa da Associated Press norte-americana. No entanto, a referência operacional (e a provedora global de notícias) é a Reuters britânica. A SAPA nasceu em 1910, ano da independência do país, como sucursal sul-africana da Reuters. Era formalmente chamada de Reuter South African Press Agency (TOPUZ, 1962, p. 48). Em 1938, a sucursal foi convertida em agência autônoma, constituída como cooperativa entre os assinantes do serviço, mas manteve com a matriz britânica a exclusividade da importação (recebimento de notícias internacionais) e exportação (envio de material). Um pequeno conflito cultural doméstico emergiu a partir daí: jornais que apoiavam o regime de segregação racial (Apartheid), na maioria bôeres (ou africâner, etnia sul-africana descendente de europeus, especialmente holandeses e franceses), queixavam-se do tom excessivamente “britânico” da linha editorial da SAPA, que tinha como referência o jornalismo inglês, o que por sua vez agradava aos jornais anglófonos da África do Sul. Muito por pressão do Partido Nacional (bôere e pró-Apartheid), a parceria estreita com a Reuters começou a ser distanciada em 1966 até ser totalmente desfeita em 1995, quando o país já tinha abandonado a segregação. Entretanto, em março de 2015, a SAPA deixou de existir, pois as empresas proprietárias de seus veículos-sócios optaram por investir em seus próprios serviços noticiosos – como a News24, do conglomerado Naspers, um gigante no mercado sul-africano, e a ANA (African News Agency), fundada em fevereiro de 2015 pelo grupo Sekunjalo Independent Media².

Índia

A Índia tem um modelo que nasceu semelhante ao sul-africano, e muito cedo, mas enveredou por caminhos diferentes. A primeira agência estabelecida no país também foi uma sucursal da Reuters, ainda em 1905, mas que desenvolveu relativa autonomia. A agência inglesa já operava na Índia, então colônia britânica, desde 1866, e quatro anos depois entrara em operação o cabo telegráfico submarino que conectava Bombaim a Londres. Em 1910, mesmo ano de nascimento da SAPA, Keshab Chandra Roy fundou a Press Bureau, que logo entrou no vermelho. Procurado por representantes da própria Reuters, Roy foi convencido a criar uma nova agência, batizada como Associated Press of India (API), obtendo um mandato de exclusividade para redistribuição das notícias da agência inglesa e consolidando-se como principal agência indiana.

A independência da Índia, em 1947, tornou inconveniente esse modelo dependente, já que a principal distribuidora de notícias do recém-nascido país subordinava-se na prática à agência “imperial” da mesma potência da qual se desligara. A solução foi encontrada na criação da Press Trust of India (PTI), formada como cooperativa entre jornais indianos doze dias depois da proclamação da independência.

A evolução do conceito de uma agência de notícias nacional foi consequência direta do espírito de independência que varreu o país desde os dias do Movimento Saiam da Índia [Quit India, de Gandhi]. O desejo de se livrar da dominação imperial no campo do fornecimento de notícias estava no coração desse pensamento em evolução. (GOENKA apud SHRIVASTAVA, 2007, p. 45)

Segundo Shrivastava (2007, p. 45) a criação da PTI foi uma decisão político-empresarial em que patriarcas da independência indiana como Jawaharlal Nehru e Sardar Patel intermediaram negociações com donos de jornais, jornalistas e representantes da Reuters. A agência de Londres tentou manter um monopólio no país mesmo depois da decisão britânica de conceder independência, e foi pressionada a ceder tanto pelo governo trabalhista de Clement Attlee quanto pelo primeiro governo indiano (com intervenção pessoal de Patel), mas principalmente pelo setor da imprensa nativa indiana, que se associou em consórcio para formar a PTI.

A nova agência herdou os contratos de redistribuição da API com a agência inglesa (rompido em 1952) e adquiriu status de primeira agência nacional da Índia independente, o que mantém até hoje. Segundo o autor (idem; pp. 154-155), foi por iniciativa do próprio Nehru que a distribuição de conteúdo estrangeiro para a imprensa indiana passou a ser vetada às agências estrangeiras (nominalmente, à Reuters), estabelecendo o padrão terceiro-mundista de redistribuição do conteúdo das agências globais por meio de associação com agências nacionais.

Hoje, o cenário é diversificado, com agências temáticas e regionais operando em conjunto com a PTI, várias fundadas nos anos seguintes à independência: Hindustan Samachar (1948), Eastern India News Agency (1949), Near & Far East News (1952), Indian Press Agency (1957), Indian News and Features Alliance (1959) e United News of India (1961), entre outras.

Brasil

Finalmente, o Brasil é um caso atípico entre os países emergentes. Como visto, enquanto grandes potências e países desenvolvidos têm tais empresas como fornecedoras de informação internacional para o mercado interno de mídia, as nações em desenvolvimento utilizam-nas comumente como meio de divulgação das ações de seus governos, suas economias e suas culturas para o exterior. Entretanto, na realidade brasileira, não há nem jamais houve uma agência de notícias que realizasse nem a função de input (abastecer sua própria imprensa nacional com cobertura internacional) nem a de output (fornecer notícias nacionais, preferencialmente em inglês, para a mídia estrangeira). O país carece tanto de agências com correspondentes no exterior que seja fornecedora de informação internacional para a imprensa brasileira quanto de uma agência de alcance nacional (de novo, não importa que seja pública ou privada) que abasteça a mídia estrangeira com notícias sobre o Brasil. A Agência Brasil (ABr), estatal (que, desde 2008, faz parte da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC), não opera com vista ao mercado externo. Alimenta apenas a mídia nacional com conteúdo igualmente nacional. Essa situação contradiz os recentes esforços políticos e diplomáticos para posicionar o país

como economia em ascensão e potência emergente no cenário internacional. Como parcerias internacionais, tem formalmente um acordo com a Télam argentina, com aproveitamento ínfimo, e chegou a republicar material da Lusa, a agência de notícias portuguesa, já produzido no idioma comum aos dois países.

As agências de notícias brasileiras com distribuição nacional sempre estiveram tradicionalmente associadas a conglomerados jornalísticos, em geral funcionando como seções comerciais para a venda de conteúdo de seus respectivos jornais diários a outros clientes de menor porte, longe das maiores metrópoles. As atuais principais são a Agência Estado, Folhapress e Agência O Globo, que atuam como “revendedoras” de matérias e fotos já produzidas pelas equipes dos jornais carro-chefe de cada conglomerado. Antes, funcionando no mesmo modelo, foram importantes ainda a Agência Meridional e a Agência Jornal do Brasil (MARQUES, 2005).

As agências brasileiras que não são subsidiárias de conglomerados de mídia são ligadas a fontes de poder local, como a Igreja, tendo por clientes (e, assim, base de sustentação econômica) os órgãos locais e regionais de comunicação. Desta forma, reproduzem numa escala interregional as concentrações de fluxos e assimetrias globais, historicamente verificadas entre o “Norte” central e o “Sul” periférico: as agências do eixo Rio-São Paulo alimentam e ditam a pauta de jornais no Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Assim, no Brasil, nem a agência nacional estatal nem as agências privadas se dedicam ao fluxo internacional de informações, mas apenas ao nacional e interregional, sem concorrer com as agências transnacionais no fornecimento a seus clientes nem intercambiar conteúdo com suas congêneres (do BRICS ou de outros países periféricos e semiperiféricos), fazendo do país uma exceção no cenário mundial da comunicação.

O quadro geral comparativo nos permite constatar, portanto, que as agências de notícias em países periféricos do capitalismo, como visto, têm função muito maior que a mera produção na economia da informação, que pauta a lucrativa atividade das grandes agências transnacionais. São, nesses países, ferramentas estratégicas na persecução do desenvolvimento, parte dos esforços nacionais por corrigir desequilíbrios estruturais causados por décadas ou séculos de dominação colonial/imperial.

Os modelos para este setor diferenciam-se em cada um, cuja diversidade é notavelmente expressa entre os BRICS (Tabela II). A Rússia aproxima-se dos países desenvolvidos, o que não é surpreendente em uma ex-superpotência que sofreu processo acelerado de industrialização no século XX. A China, por sua vez, mantém firmemente o modelo estatista, a despeito da doutrina do “socialismo de mercado” nos demais setores da economia. A África do Sul segue um modelo colonial de agências, ainda que seja a nação de maior grau de desenvolvimento no continente. E a Índia, por sua vez, segue um modelo híbrido entre os demais, coerente com o paradigma da modernização. Apenas o Brasil não encontra nenhum paralelo para seu modelo de agências de notícias vigente.

Tabela II. Modelos de agências de notícias dos países BRICS					
	Rússia	China	África do Sul	Índia	Brasil
modelo	liberal	estatista	colonial	modernizante	sui generis
agência nacional	ITAR-TASS	Xinhua	SAPA	PTI	Agência Brasil e privadas
propriedade da agência nacional	estatal	estatal	cooperativa	cooperativa	estatal e conglomerados
relação com agências transnacionais	referência	dependência	dependência e reprodução	reprodução de modelos	nao há
função	importação e exportação	importação e exportação	importação e exportação	importação e exportação	doméstica
concorrência	livre (monopólio de fato)	monopólio formal	livre	livre	livre
Fonte: lavra própria					

Mas verifica-se em todos, à exceção do Brasil, uma forte atuação do Estado na determinação do modelo seguido, bem como na constituição, operação e financiamento das respectivas agências de notícias nacionais, reforçando a conclusão desenvolvimentista de que o Estado é, e provavelmente continuará sendo, o principal agente para superação do subdesenvolvimento.

NOTAS

- 1 <http://tass.ru/en/today>, retrieved in Sept.2015
- 2 IOL Beta, 3/2/2015, <http://beta.iol.co.za/news/africa/african-news-agency-begins-operations-1825260> – retrieved in Sept.2015

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Pedro. **Sistemas Internacionais de Informação Sul-Sul: do pool não-alinhado à comunicação em redes**. Dissertação de mestrado defendida na Escola de Comunicação da UFRJ. Orientadora: Suzy dos Santos. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2010.

BOYD-BARRETT, Oliver. **The International News Agencies**. Londres/Beverly Hills: Constable, SAGE, 1980.

BOYD-BARRETT, Oliver. RANTANEN, Terhi. Global and National News Agencies: opportunities and threats in the age of the Internet. in: BRIGGS, Asa. COBLEY, P. (orgs.). **The Media: an introduction**. Londres: Longman, 2002. 2ª ed.

DANTAS, Marcos. **A Lógica do Capital-Infomção**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002. 2ª ed.

ELLIOTT, Charles W.. Flows of News from the Middle Kingdom: an analysis of international news releases from Xinhua. in: MALEK & KAVOORI (orgs.). **The Global Dynamics of News: studies in international news coverage and news agendas**. Stamford (EUA): Ablex: 2000. pp.343-388

KRUGLAK, Theodore Eduard. **The Role and Evolution of Press Agencies in the Socialist Countries**. International Communication Gazette, jan 1975; vol.21: pp.1-18. 17p.

_____. The Two Faces of TASS. University of Minnesota Press, 1962.

LERNER, Daniel. SCHRAMM, Wilbur (orgs.). **Comunicação e Mudança nos Países em Desenvolvimento**. São Paulo: Melhoramentos/EdUSP, 1973.

MARQUES, Márcia. **As mudanças nas rotinas de produção das agências de notícias com a consolidação da internet no Brasil**. Dissertação de Mestrado defendida na Universidade de Brasília (orientadora: Zélia Adghirni). Brasília: UnB, 2005.

MATTELART, Armand. **Comunicação-Mundo: história das ideias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994.

PATERSON, Chris. News Agency Dominance in International News on the Internet. in: SKINNER, D., COMPTON, J. and GASHER, M. (orgs.) **Converging Media, Diverging Politics: A Political Economy of News in the United States and Canada**. Lexington/Rowman and Littlefield, 2005. pp. 145-164. 24p.

RAMOS, Isabel. ORLANDO, Rocío. “Activismo estatal y bloqueo mediático: contiendas por la regulación de la comunicación en el Ecuador”. **Corriente Alterna**. vol.I, nº 2 (junho de 2012). Quito: Terranueva, 2012.

RANTANEN, Terhi. **A Historical Study of News Agencies: the beginning of news agency activity in Russia**. Nordicom, 1. 7-12. Gotemburgo: NORDICOM, 1985.

_____. Flows and Contra-Flows in Transitional Societies. in: THUSSU, Daya K. (org). **Media on the Move: global flow and contra-flow**. Nova York: Routledge, 2007. pp.146-160

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de Massa e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Bloch, 1976.

SHRIVASTAVA, K.M.. **News Agencies: from pigeon to internet**. Nova Délhi: New Dawn Press/Sterling, 2007.

THUSSU, Daya Kishan. **International Communication: continuity and change**. Londres: Hodder Arnold, 2006.

TOPUZ, Hifzi. **News Agencies in Africa**. International Communication Gazette, jan 1962; vol.8: pp.48-52.

XIN, Xin. Xinhua News Agency and Globalization. in: BOYD-BARRETT, Oliver. **Communications Media, Globalization and Empire**. Eastleigh (Reino Unido): John Libbey, 2006. pp.111-128

Pedro Aguiar é jornalista, doutorando em Comunicação pelo PPGCom/UERJ e mestre em Comunicação pelo PPGCom/ECO-UFRJ, onde também é pesquisador do grupo PEIC. Pesquisa agências de notícias nos países em desenvolvimento. Orientadora: Sônia Virgínia Moreira.

RECEBIDO EM: 30/09/2015 | ACEITO EM: 22/11/2015