



V CONGRESO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EN INTERNET

SOCIEDAD IBEROAMERICANA DE ACADÉMICOS, INVESTIGADORES Y PROFESIONALES DEL PERIODISMO EN INTERNET – AIAPI

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD FEDERAL DE BAHÍA
24 Y 25 DE NOVIEMBRE DE 2004
SALVADOR – BAHÍA – BRASIL

A REDE ANTES DAS REDES: AS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS COMO ANTECIPADORAS DE DINÂMICAS DO JORNALISMO NA WEB

José Afonso da Silva Junior.¹
Marcela Gusmão de Araújo.²
Ana Maria Maia Antunes.³

Resumo: Neste ensaio procura-se problematizar como dinâmicas historicamente existentes nas agências de notícias condicionam parcialmente características presentes em torno do conceito de web jornalismo de terceira geração. Busca-se assim, através da recuperação do contexto de operação das agências, categorizar fatores e elementos que estão de modo prévio e incipiente localizados em práticas consolidadas nas mesmas. Desse modo, procura-se mapear dentre esses elementos, quais possuem fatores condicionantes com as características do jornalismo na web. Por fim, enfatizando a característica das agências em estabelecerem escoamentos de informação, propõe-se pontos que permitam categorizar as especificidades existentes na dinâmica de fluxos, com vistas a delineamentos metodológicos posteriores.

Palavras-chave: jornalismo, redes, agências de notícias, fluxos.

Recife, setembro de 2004

¹ 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. Contatos: zeafonsojr@uol.com.br .

² Aluna do sexto período do curso de Jornalismo da UFPE. Bolsista FACEPE do projeto VIRTUS - UFPE.

³ Aluna do sexto período do curso de Jornalismo da UFPE. Bolsista do projeto VIRTUS - UFPE.

Parte I – O modelo de transposição e alguns limites.

A idéia da transposição é recorrente dentro dos estudos de modelos e formas de organização midiática. De modo geral, esse modo de abordagem procura dar conta, de um novo conjunto de práticas, tendo, normalmente o estabelecimento de comparações com modelos prévios. Assim, o cinema já foi visto como um teatro filmado, a televisão enquanto um rádio com imagens e, mais recentemente, temos dentro dessa mesma corrente, como exemplo, o conjunto de práticas jornalísticas assentadas na rede mundial de computadores é abordado enquanto uma prática jornalística específica. Normalmente entendida como jornalismo on-line, ou jornalismo na web.

É certo que estudos recentes já problematizam esse desdobramento de um conjunto de práticas se derramando sobre um novo contexto de suporte, tecnologia e dinâmicas próprias. Nos últimos anos, diversas categorizações teóricas abordaram o desenvolvimento de veículos jornalísticos on-line. De uma maneira geral, as análises procuram enquadrar as etapas tecnológicas incorporadas por tais produtos. Nesse sentido, Silva Jr (2000, p. 67), Pavlik (2001, p. 53) e Mielnickzuk (2003, p. 32-38) apontam etapas razoavelmente homogêneas que aproximam uma delimitação possível de evolução das práticas existentes no jornalismo na web.

Transpor de uma prática profissional para um novo conjunto tecnológico é por vezes o caminho mais natural e previsível. (Manta, 1996; McAdams, 1996, Machado e Palacios, 1996; Silva Jr., 2000) Esse movimento permite em linhas mais gerais, um certo conforto em dar conta de uma série de contextos, lançando mão de conceitos e noções já dominados em atividades precedentes. É de certo modo, a reedição do velho truque, denunciado por MacLuhan, (1972:247) das carruagens sem cavalos, como estratégia para entender, no começo do século XX, o surgimento de um novo meio de transporte, o automóvel. Evidentemente, o que temos hoje, em torno da idéia do que venha a ser um automóvel nem de longe pode ser entendido como um prolongamento do conceito de uma carruagem mais eficiente.

Temos aqui, o primeiro impasse metodológico: se, por um lado, a transposição de práticas para novos suportes cria ambientes mais amigáveis de reconhecimento da realidade emergente, ao mesmo tempo, pode atuar como um freio metodológico e de inovação, remetendo a práticas anteriores. (Fidler, 1997:63)

Em paralelo ao próprio modelo de operação, no caso o jornalismo na web, temos que o remetimento a categorias prévias como forma de prática, também é, em certos casos, acompanhado de um transporte teórico e metodológico para compreensão da complexidade formada entre a prática profissional e os novos suportes. Em outras palavras, a transposição ocorre também pelo viés da pesquisa dos fenômenos envolvidos. Essa perspectiva pode ser entendida pelos desenvolvimentos de pesquisas sobre o assunto estarem em boa parte apoiados, em metodologias de estudos de caso, onde, geralmente ocorre o

binômio das estruturas de comparação entre modelos e, isolamento de características específicas (Boaventura, 2004: 117).

No estudo de caso, essas características, geralmente surgem por uma diferenciação mais aguda entre práticas existentes entre duas esferas diferentes. É, portanto, uma abordagem que funciona pela lógica do contraste, onde, no primeiro plano teríamos o jornalismo na web, e no fundo, o jornalismo de cunho mais tradicional – geralmente impresso – como forma de fundamentar a base e extrair as especificidades que possam dar conta da complexidade existente nas novas modalidades.

Observando mais detalhadamente, temos que, as abordagens sobre as características do jornalismo na web concentram-se em torno da síntese entre a prática mesma do jornalismo, enquanto fator existente das sociedades complexas e, o surgimento das redes digitais e da microinformática. Essa síntese convergente entre tecnologia e jornalismo é recorrente também no delineamento das características específicas apontadas para o jornalismo na web. Senão, vejamos.

De modo geral, as características levantadas como sendo pertencentes ao jornalismo na web são seis: Interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia, atualização contínua, e memória (Bardoel e Deuze, 2000; Palacios, 2002). Certamente, dentro dessas características, algumas de modo mais evidente situam-se mais diretamente influenciadas pela convergência entre as práticas do jornalismo e as tecnologias de redes.

Dentre estas, certamente a multimídia seja a que melhor sintetiza esse caráter convergente pelo fato de graças à característica de operação do código binário, poder tratar indistintamente códigos textuais, sonoros e visuais. Mas, o que dizer das outras características? Será que elas se configuram de igual forma para o jornalismo na web como a multimídia? Ou seja, a partir do momento em que, graças a disponibilidade tecnológica, pode-se implementar especificidades nos procedimentos do jornalismo na web? Ou, para essas características, haveria movimentos próprios de delineamento e de como elas finalmente desemboca na complexidade de tratamento e circulação da notícia nas redes digitais?

A hipertextualidade, por exemplo, pode ser encontrada em suportes anteriores (Cf. “O Jogo da Amarelinha” de Júlio Cortazar, e “Se um viajante numa noite de inverno” de Ítalo Calvino) onde, modelos de narrativa hipertextuais baseiam-se em impressos. A própria noção de enciclopédia, visa criar uma obra única que possui remetimentos internos, de forma a criar interdependências e complementariedades entre os blocos de informação. Porém, com a ambiente digital, certamente essa característica ganha nova relevância, o hipertexto se potencializa de modo a incorporar elementos narrativos mais complexos, ao invés de apenas organizar blocos de leitura.

A atualização contínua, por sua vez, existe em potencial em suportes como o rádio, e a televisão, mas na web, pode ser alimentada de modo automático, por exemplo (Seib, 2001:37). A personalização pode ser entendida pela segmentação de públicos-alvos, presentes na diversidade editorial, por exemplo,

mas na web ganha novo sentido, pela filtragem de conteúdos e fontes escolhidas pelo usuário. A interatividade, mesmo existindo antes em modelos de interação social, se amplifica, ao passo em que toma para si a característica de ser um viés de exploração do conteúdo apresentado. (Palacios, 2003: 23) Um elemento entre sistemas digitais e o homem. Assim, por sua vez, assume papel central, pois o suporte web exige que o usuário seja ativo diante da gama de informações (Lemos, 1997).

Evidentemente, esses fatores se interpenetram quando abordamos a construção de modelos de informação jornalística em bases de hipermídia. De certo modo, há um mérito no jornalismo contemporâneo em viabilizar e reunir dentro de um mesmo ambiente midiático essa miríade de operações específicas, gerando mais uma gama combinatória entre possibilidades, do que um modelo canônico do que seja um conjunto de ações ‘eficientes’ para o exercício do jornalismo na web (Mielniczuk, 2004).

Porém de modo a isolar conceitos, para melhor caracterizar as origens de cada uma das características, quanto ao jornalismo na web, podemos apontar duas ressalvas. A primeira de aceitar a gama de debates surgidos com o transporte de várias práticas midiáticas para o ambiente de web, como se os conceitos se instaurassem a partir desse momento. A segunda ressalva, é creditar o surgimento das reflexões surgidas com os novos produtos na web em torno de rótulos como: “revolução dos meios de Comunicação” , “novos paradigmas” ou “mudanças fundamentais”. Além de colocar o debate numa lógica de triunfo tecnológico quase que inevitável. Essa idéia de superação dos suportes por outros mais sofisticados, anula a busca de conceitos específicos, existentes na cadeia de produção e sua conseqüente inter-relação com as funções e características de geração de modelos de atividade profissional (Palacios, 2003. p. 16).

Um modo de permitir uma relativização menos unilateral entre a esfera dos jornais na web e suas práticas constitutivas é proposta por Palacios,(2002). A idéia é que podemos refutar que tanto os suportes desenvolvidos para a web possam estar constituídos enquanto oposição, ou como superação dos formatos midiáticos anteriores. Para o autor, há uma falsa oposição entre mídias tradicionais ou de massa e as geradas sob as novas tecnologias da comunicação (NTC), onde, devido a um simplismo inspirado pelo triunfalismo tecnológico, invariavelmente as mídias da NTC levam vantagem.

Não se trata de impor uma lógica de superação vertical, em que um modelo estaria aniquilado por outro que inevitavelmente surgiria pelo inexorável avanço das tecnologias, e sim de estabelecer um terreno de complementariedade entre esses desenvolvimentos. Nas palavras do autor:

Entendido o movimento de constituição de novos formatos midiáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, “em convivência” e complementação no espaço midiático, as características do Jornalismo na Web aparecem majoritariamente como **Continuidades** e **Potencializações** e não, necessariamente, como **Rupturas** com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores. Com efeito, é possível argumentar-se que as características elencadas anteriormente como constituintes do Jornalismo na Web podem, de uma forma ou de outra, ser encontradas em suportes jornalísticos anteriores, como o impresso, o rádio, a TV, o CD-Rom (Op. cit. 2002).

Ora, desse modo podemos observar que, os deslizamentos de elementos de uma prática ou forma midiática a outra, permitem ao jornalismo, quando este se materializa na web, lançar mão de diversas fontes de recursos. Porém, temos que, dentro da própria prática jornalística, existem modelos prévios que historicamente podem antecipar parcialmente elementos presentes no que temos dado hoje como características do jornalismo na web. A negligência em torno da percepção das agências como condicionadoras de práticas de jornalismo em rede, deve-se, principalmente, a dois fatores.

Primeiro, pela maioria dos enfoques atuais, entenderem o fenômeno das redes dentro de um âmbito eminentemente digital e computacional.

Segundo, pelas análises do jornalismo na web se concentrarem geralmente, em torno de categorias mais consolidadas, como por exemplo, rotinas de produção, modelos e políticas de gestão e formatação de conteúdos, e/ou recepção dessas estruturas pelo usuário. Pouca atenção, neste caso, é dada a um fenômeno central das redes digitais, e que também é presente no horizonte das agências: o estabelecimento de fluxos (Palmer et Alli, 1998:62; Read, 1992:312). Em outras palavras, o fluxo, o “estar entre” como elemento presente no jogo das características do jornalismo na web.

Refletindo esses fatores em relação às agências de notícias.

Indo por partes, iremos sucintamente ilustrar cada um desses dois fatores listados acima. Primeiro, temos que levar em conta que as agências de notícias, já em meados do século XIX, alastraram seu campo de influência a partir do advento do telégrafo e dos cabos submarinos (Boyd-Barrett, 1980; Read, 1992; Fenby, 1986; Storey, 1951). Certamente esse fator consolida em termos globais as áreas de alcance das agências, tanto no que diz respeito à apuração em locais até então inéditos, como, sobretudo, a distribuição de informação para esses novos territórios.

Isso reflete uma das questões mais centrais do cenário onde as agências de notícias atuam: o balanceamento entre contextos de notícias situados entre o local e o global. Nesse sentido, as agências de notícias operam um papel estruturante nas relações de distribuição de conteúdo jornalístico. Esse fenômeno acontece dentro de algumas circunstâncias bem claras.

- A primeira, de caráter histórico, pela consolidação das redes de distribuição de conteúdo por esses organismos, em estreita sinergia com políticas coloniais ou pós-coloniais.
- A segunda, indissociável da primeira, pelo necessário uso 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 dinâmica de operação das agências de notícias se concentrar sobretudo, no fluxo de conteúdos e na capacidade de circular e distribuir conteúdos segundo uma lógica complexa de redes. Esse aspecto envolve a compreensão que uma das primeiras redes

tecnológicas do mundo foi uma rede para a circulação de notícias, claro, com um caráter nomeadamente comercial, mas todavia, com estreito vínculo com o jornalismo.

O segundo fator é a compreensão de fluxo não como uma categoria neutra, ou necessária apenas para a ligação entre quem emite/ dispõe e quem recebe/ acessa um conjunto de informações. Esse ponto é geralmente negligenciado por boa parte das pesquisas sobre jornalismo. No entanto, a título de exemplo, a dinâmica presente entre as agências – notadamente as internacionais – e o jornalismo local apresenta uma complexa relação de vinculação e dependência no estabelecimento do recorte noticioso, sobretudo, devido a um extraordinário fluxo de informação envolvendo estruturas de processamento. Essas relações se apresentam muitas vezes como uma situação dada. Porém, para além do senso comum, o que temos como horizonte é um volume de mercado de notícias largamente significativos.

Por sua vez, esses problemas são ligados aos processos e práticas possibilitados pelas infraestruturas tecnológicas. Em breves termos, é impossível ter uma compreensão dos movimentos e condicionamentos presentes nas relações de conteúdos jornalísticos gerados pelas agências de notícias, sem analisar as características das operações tecnológicas na dinâmica de produção da notícia. Provavelmente, nenhum modelo de circulação de informação, diferente do que possamos enquadrar com “agências de notícias”, tem recursos para estabelecer um controle amplo entre fluxo de notícias e informações no contexto transnacional que garanta minimamente, consistência das informações, periodicidade, atualização e capacidade de alimentar o fluxo.

O fator do fluxo se amplifica quando, mesmo tendo uma idéia da diversidade de notícias circulando no mercado contemporaneamente, através da web, há e sempre houve, um claro descompasso entre a amplitude desse mercado e as disparidades entre o horizonte de assinantes dos respectivos serviços a eles fornecidos. Desse estado de coisas, a síntese possível como papel das agências permanece sendo o fiel da balança, do que vai ou não vai ser despejado no fluxo das notícias internacionais (Rantanen, 1998:46). Se as agências não atuam dentro de uma lógica totalmente determinista, elas condicionam o foco de interesse, através dos recursos tecnológicos e, sobretudo, das áreas de influência construídas historicamente.

Isso se reflete também no desenvolvimento de alternativas tecnológicas para viabilizar a própria operação. Não foram as agências as inventoras do telégrafo, nem do rádio, nem dos sistemas de cabo submarino, nem dos satélites. Mas, elas tiveram uma atuação real na relação com esses sistemas e na aproximação dessas tecnologias com aplicações jornalísticas. Algumas vezes, essa participação foi decisiva como, por exemplo, no caso da Reuters quando da sua participação na implementação dos cabos submarinos (Read, 1992:68). Temos ainda, nos anos 70, a articulação da Reuters, junto a bancos e bolsas de valores da Europa e EUA, para a interligação dos mesmos através de um sistema de redes e de terminais de vídeo, visando o acompanhamento em tempo real das cotações. O sistema Monitor, como foi

batizado, inovou quando integrou no mesmo aparato recursos de atuação no mercado de valores. Podia-se assim, além de monitorar, comprar, transferir, cotar enfim, executar toda a miríade de atividades possíveis comercialmente em relação às ações (READ, 1992, p. 283-311).

Temos, desse modo, um campo formado pelos fatores de pioneirismo na gestão de redes; estabelecimento de cadeias de fluxo e uso tecnológico que apontam possivelmente, para condicionamentos na esfera do jornalismo na web.

PARTE II – Condicionamentos entre agências e web jornalismo.

Nesse sentido, a nossa perspectiva é desviar um pouco mais o foco de atenção dos aspectos e características presentes no jornalismo na web. Normalmente o modelo de abordagem dessas características opera na síntese entre o campo das atividades jornalísticas específicas e o modelo de redes digitais. Assim, ocorrem duas imprecisões. Na maior parte da recuperação bibliográfica do jornalismo na web, o modelo de redes adotado como campo de influência do jornalismo na web e geralmente as redes digitais. Há certamente citações a dispositivos de automação da informação, ou protótipos como o MEMEX de Vannevar Bush ou o projeto Xanadu, de Theodore Nelson. Desse modo, a imprecisão maior é entender que modelos prévios de redes analógicas como o telégrafo, por exemplo, não teriam a oferecer aspectos embrionários das práticas vigentes atualmente no jornalismo na web. A segunda imprecisão é não abordar que, mesmo nessas redes analógicas prévias, o exercício de práticas jornalísticas existe de forma historicamente consolidada através das agências de notícias.

Essa seqüência histórica de uso de redes diferenciadas para a difusão de notícias e informação de caráter não necessariamente jornalístico, antecipa algumas dinâmicas observadas no jornalismo na web. Como foi observado no início do texto relativo à organização no jornalismo na web, autores como Silva Jr (2000), Pavlik (2001), Palacios (2002) e Mielniczuk (2003) se concentram em mapear as características próprias que possam delimitar campos específicos do que seja um jornalismo na web de terceira geração.

Historicamente, as agências de notícias operam em redes distribuídas em escala mundial, coletando, sistematizando e formatando serviços específicos e distribuindo-os de acordo com estratégias direcionadas a clientes. (Read, 1992; Boy-Barrett, 1980; Unesco, 1981). Ora, nesse perfil de atuação, o modelo das agências de notícias praticamente cria para o campo de circulação de notícias duas dinâmicas importantes: a produção descentralizada, posto que o sistema de operacionalização desde os primórdios, se baseava em escritórios autônomos, atuando em pontos distintos do globo; e o conceito de pacotes de serviços, preparados em função de similaridades existentes no horizonte de informação e o interesse de públicos específicos para isso (Morris, 1957).

Observando esses dois fatores, a descentralização e a organização de serviços, as agências antecipam, ao menos parcialmente, duas das características do jornalismo praticado na web. Primeiro, a produção ponto a ponto, presente na idéia de multivocalidade, onde um texto é criado em modelo cooperativo entre várias fontes. Segundo, a personalização de serviços, onde um determinado conjunto de informações sofre um empacotamento segundo características específicas, como a que região, cliente ou modelo de distribuição é direcionado.

Evidentemente, estas duas características e as demais presentes no jornalismo na web (memória, interatividade, hipertextualidade, hipermedialidade, atualização contínua) possuem estruturas de apresentação que se devem, justamente, por estarem situadas em modelos em rede, no caso, digitais.

O que é interessante é perceber que essas dinâmicas podem estar presentes embionariamente na prática das agências de notícias. Isso é de fundamental importância por três motivos. O primeiro, por tratar-se de um modelo de redes tecnológicas de informação significativamente mais antiga que as redes digitais atuais, levando a uma reflexão de como essas características podem estar ligadas não somente a questão da informação digital, mas também na organização segundo a lógica de modelos infra-estruturais de comunicação. Segundo, por tratar-se de uma rede tecnológica específica para fluxos de informação e em estreita correspondência com a dinâmica do jornalismo, afinal, a razão de ser dessas organizações era a circulação de notícias. Terceiro, por mesmo com o surgimento das primeiras redes digitais, no início dos anos 70, as agências também acompanharam o processo, lançando mão de redes proprietárias e fechadas para a circulação de informação (Read, 1992:283).

Detalhando cada característica de forma a perceber como podem ocorrer essas antecipações, podemos delimitar como determinadas práticas se configuraram em maior ou menor grau de intensidade nas agências de notícias.

Se tomarmos, por exemplo, a atualização contínua, veremos que os próprios sistemas adotados primitivamente (os cabos submarinos e o telégrafo a cabo) já visavam essa possibilidade no sentido de estabelecer um fluxo contínuo como alternativa de agregar valor ao serviço de simples entrega de informação (Op. cit, 1992:37). O que, quando temos as redes digitais, se potencializa a níveis elevados, levando o patamar da precisão jornalística a ser, em alguns casos, posto em cheque devido a corrida para empurrar conteúdo (Moretzsohn, 2002:133).

Na característica da memória, esse fator se consolida apenas no campo das tecnologias digitais, quando os primeiros dispositivos de armazenamento digital e automação da recuperação de dados se tornam disponíveis. Evidentemente arquivos e depósitos de informação existem há bastante tempo, porém moldá-los em bases tecnológicas binárias altera e amplia o seu papel no jogo de configurar o que é específico do jornalismo na web. O mesmo pode ser dito à respeito das características de interatividade, hipertextualidade, hipermedialidade. Onde, se podiam existir em modelos prévios, a consolidação do uso dessas últimas características no jornalismo na web ocorre e apenas é possível quando da existência de

recursos digitais. É o computador, como máquina genérica, que permite esse tratamento único das diversas modalidades de discurso textual, visual e sonoro, ao passo que permite sua automação e organização em estratégias híbridas.

O que se percebe é que ao elencar as características do jornalismo na web, recorrem-se a duas categorias que, de algum modo, influenciam seu posicionamento na questão. A primeira, de uso dos dispositivos tecnológicos de produção tratamento e edição de informação. Essa categoria pode ser entendida atualmente como o conjunto de aplicações reunidas em torno dos binômios de hardware e software. Ou seja, o computador e seus aplicativos. É nesse sentido que elementos como a interatividade, a hipertextualidade, a multimidialidade e a memória puderam se consolidar de modo mais efetivo, posto que o computador assume e viabiliza essas operações de maneira muito mais eficiente que em modelos analógicos prévios.

A segunda categoria, diz respeito a estruturas de fluxo e transporte da informação. As redes, mesmo as primitivas, colocam elementos novos, a sua época, para a dinâmica do jornalismo. Produzir de modo descentralizado, atualizar informações constantemente e criar a idéia de serviços direcionados a clientes específicos (antecipando o conceito de personalização) aparecem em fins do século XIX e permanecem não somente na prática das agências de notícias, como se materializam nos jornais on-line surgidos em meados dos anos 90 do século XX.

Existe, assim, um campo de potencializações que surgem de dinâmicas emergidas de práticas em rede, e que, são diferenciadas de dinâmicas potencializadas a partir de dispositivos como o computador. Evidentemente essa cisão tem mais um cunho teórico, para poder problematizar especificamente de onde emana cada uma das características materializadas contemporaneamente no jornalismo na web.

Esse viés aponta para entender o problema da relação de modelos diferenciados de gestão de conteúdo em rede – as agências e os jornais na web – dentro de uma dinâmica complexa, de deslizamentos parciais entre um modelo de operação prévio e outro mais recente. É portanto, indissociável de ser entendido fora de um eixo metodológico que explore a tríade das rupturas, continuidades e potencializações elencadas por Palacios (2002). Nesse sentido, é importante compreender que há não somente o transporte de uma prática a um suporte mais sofisticado – do jornalismo ao jornalismo na web, mas o deslocamento e permanência de elementos da gestão e circulação de conteúdos que se manifestam historicamente em outro padrão de produção de notícia, no caso, as agências.

Certamente, a maior contribuição prestada pelas agências de notícias na configuração das características do jornalismo na web não estão enfatizadas nos aspectos de produção, ou preparação do conteúdo. É certo que a capacidade das agências gerarem volumes enormes de informação é um diferencial presente no escoamento de notícias em níveis globais. Também, o diferencial das agências não se concentra na recepção desses conteúdos por usuários finais, os leitores, que são os consumidores de notícias. De modo geral, esses usuários da informação recebem o material em segunda ou terceira mão,

filtrados e refiltrados por agências locais, serviços informativos e finalmente o jornal que lêem ou acessam on-line.

A situação das agências em termos de antecipação da lógica de circulação de notícias em rede é, sobretudo, pela capacidade de estabelecer escalas de fluxo informativo em alto volume e precisão no direcionamento. Nessa perspectiva podemos indicar quatro pontos. Primeiro, pelas agências se constituírem como desenvolvedoras de modelos de rede de comunicação; segundo, por criarem fluxos suficientemente volumosos e estáveis, que permitiram a sustentação do modelo de rede de notícias; terceiro, por rapidamente se adaptarem aos desenvolvimentos postos, criando alternativas que potencializavam as suas atividades; quarto, por perceber nisto possibilidades de implementação de serviços de natureza diferenciada e integrada à essência de operação da rede: velocidade, onipresença e descentralização operativa. A agência é a rede! Ela só faz sentido na mescla desses componentes, com dinâmicas próprias da sua natureza, e funcionamento em estruturas capilarizadas de fluxo informacional.

PARTE III – EM MODO DE PROPOSIÇÃO DE ANÁLISE DOS FLUXOS.

Nesse sentido, surge a importância de desenvolvimento de uma proposição metodológica de análise dos fluxos. Da criação de categorias que permitam, no caso das agências, mapear como ocorre esse deslocamento de informação e entender o procedimento das agências como um processo contínuo, e não orientado por intervalos, como no jornalismo em geral. Poderia haver uma categorização que desse conta desse modelo específico?

Em níveis iniciais, colocamos aqui oito pontos que tocam em elementos da dinâmica de fluxos, de forma a problematizar possíveis desdobramentos metodológicos para a análise das práticas das agências de notícias.

O primeiro ponto seria o **volume**. No sentido do conjunto de informações necessárias para se configurar serviços a serem distribuídos. O volume, não diz respeito apenas ao aspecto quantitativo, mas também a diversidade qualitativa dos conteúdos, pois nesse aspecto está a chave de se adequar um conteúdo a um cliente, através de serviços.

O segundo ponto seria a **escala**. Ou seja, a adequação de parcelas do volume em uma série de serviços de acordo com a pertinência existente entre a informação e o serviço formatado. A escala trataria do encaixe de determinada informação em um ou mais serviços.

O terceiro ponto seria a **intermitência**. Ou seja, a observação dos aspectos de continuidade e descontinuidade na alimentação de determinados serviços das agências em relação a um horizonte de clientes.

O quarto ponto seria a **distribuição**. Diz respeito ao horizonte de canais ou veículos de comunicação que assimilam a gama de informação das agências, tendo em conta a variação da distribuição em modo de disponibilização. Ambas, nesse caso, orientadas por uma lógica de dispor a

informação de acordo com um conjunto de critérios, como disposição, divisão da informação em blocos, ordenamento e seqüenciamento das informações.

O quinto ponto seria a **prospecção**. Esta, no sentido de em que proporção as redes de fluxo também são utilizadas concomitantemente com a distribuição para a obtenção de informações e configuração de novos serviços.

O sexto ponto seria a **filtragem**. A observação de em quantos passos um determinado fluxo de notícias passa desde a deflagração na agência até o consumo no varejo noticioso, ou seja, os jornais e sites na Internet, por exemplo.

O sétimo ponto seria o **alcance**. Ou seja, a capacidade de dentro dos limites postos pelo tempo e espaço de distribuição, a agência ter, de acordo com a infra-estrutura disponível, a capacidade de atingir um determinado horizonte de distribuição.

Por fim, o oitavo ponto, seria a **penetração**. Este aspecto deve ser analisado pela relação em maior ou menor proporção de órgãos jornalísticos periféricos estabelecerem uma relação de autonomia ou dependência das informações alimentadas pelas agências de notícias.

Evidentemente, o que colocamos aqui é menos uma definição encerrada, do que verdadeiramente uma primeira reflexão de como podemos analisar especificamente a dinâmicas de fluxo, algo que se encontra no cerne da operação das agências na lógica das redes. Com o fenômeno situado aproximadamente nos últimos dez anos, a crença que a dinâmica das redes digitais inauguram características próprias do jornalismo se consolidou. Porém, se esse aspecto se deu, é verdade também que parcelas do que se constituem como características do webjornalismo de terceira geração eram antecipadas no modelo de ação das agências. Certamente, de modo incompleto ou parcial, se comparado à complexidade do que temos hoje.

Todavia, esse enfoque é necessário para vislumbrar processos historicamente estabelecidos. Nesse sentido, os desdobramentos podem ser dirigidos a vários campos do jornalismo, inclusive, os modelos correntes de ensino de jornalismo. Pois, o mapeamento e definição metodológica dessas características de fluxo é central para o desenvolvimento de, por exemplo, plataformas de ensino que, levem em conta tais características. Ensinar modelos de jornalismo digital, não é mais ensinar uma prática específica. Ao passo em que o mundo se tornou digital (ou pelo menos o mundo da imprensa), esse conjunto de elementos é necessário para se aproximar de realidades profissionais, ainda em etapas de formação acadêmica. A compreensão de redes complexas de dados existentes na contemporaneidade pede que a recuperação desses fatores históricos esteja também nesse escopo.

Levar em conta esses fatores, é uma preocupação do projeto, ora corrente, de ensino de jornalismo em rede de alta velocidade, cooperado entre a Faculdade de Comunicação – FACOM-UFBA, o projeto Virtus da UFPE, o instituto tecnológico de Monterrey, no México e a faculdade de jornalismo de Córdoba, na Argentina. Nesse contexto, a intenção sobretudo é problematizar as questões que envolvem o

jornalismo em redes. Afastando-se da tentação, tão comum na universidade, de se separar a teoria da prática.

Entender a dinâmica de fluxos de informação como um fator de importância na geração de modelos de ensino de jornalismo na contemporaneidade é também, certamente, uma lacuna a se superar. Definir elementos para essa análise é um dos primeiros passos nesse sentido.

Referências Bibliográficas.

- BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**, in: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>
- BOYD-BARRETT, Oliver. **The International news agencies**. Beverly Hills: Sage Publications, 1980.
- FENBY, Jonathan. **The international news services**. New York: Schocken books, 1986.
- FIDLER, Roger. **Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Ediciones granica, 1998.
- LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997, <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>> (24/08/04).
- MCADAMS, Melinda. **Inventing an Online Newspaper**. <<http://www.sentex.net/~mmcadams/invent.html>> (05/04/04).
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1972.
- MANTA, André. **Guia de jornalismo digital**. <<http://www.facom.ufba.br:80/pesq/cyber/manta/Guia/index.html>> (24/03/04).
- MIELNICKZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado. Faculdade de Comunicação – UFBA. Salvador: 2003.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo “em tempo real” o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- MORRIS, Joe Alex. **Deadline every minute**. New York: Doubleday, 1957.
- _____. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. Anais do XXVII congresso da Intercom. Porto Alegre. 2004.
- PALACIOS, Marcos; MIELNICKZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português** (Intercom, 2002).
- PALACIOS, Marcos. **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.
- PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.
- READ, Donald. **The power of news: The history of Reuters**. Oxford: Oxford University Press, 1992.
- SEIB, Phillip. **Going Live: Getting the news right in a real-time online world**. Maryland: Rowman & Littlefield publishers, 2001.
- SILVA JR, José Afonso. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo**. Dissertação de mestrado. FACOM – UFBA. Salvador: 2000.
- STOREY, Graham. **Reuters: The story of a century news gathering**. New York: Crown Publishers, 1951.