

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA

EDUARDO E SILVA SARTORATO

CORRESPONDÊNCIA INTERNACIONAL,
PRIVILÉGIO DA GRANDE MÍDIA

Goiânia
2005
EDUARDO E SILVA SARTORATO

CORRESPONDÊNCIA INTERNACIONAL, PRIVILÉGIO DA GRANDE MÍDIA

Monografia apresentada como trabalho de conclusão do curso bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Goiás.

Área de concentração: Estudos de Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Joãoimar Carvalho de Brito Neto

Goiânia
2005

Ao meu pai, minha mãe, meu irmão, ao meu orientador e meus amigos, que sempre me incentivaram e que, sem eles, este trabalho não poderia ser possível.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Joãoomar Carvalho, orientador deste trabalho, pela paciência e dedicação.

À professora Silvana Coleta, pela orientação do projeto de pesquisa e pela presença na banca examinadora.

À professora da Universidade Federal Fluminense, Sylvia Moretzsohn, por me ajudar na obtenção do trabalho de Marcelle Pereira, cuja a importância foi muito grande na construção de minha monografia.

À minha amiga Lorena Araújo, que realizou um trabalho semelhante no mesmo período e que foi bastante importante na troca de idéias e bibliografia.

Ao jornalista Lourival Sant'anna, pela atenção ao conceder uma entrevista a mim, na qual foi muito importante para a realização deste trabalho.

Às jornalistas Nubya Sirqueira e Fabrícia Hamu, do jornal *O Popular*, pela magnífica atenção dada a minha visita à redação daquele jornal.

“O que você vai ser quando crescer? “Salva-vidas” respondia invariavelmente o menino. Mentia. No íntimo, sonhava em ser Tintin, aventureiro solto no mundo, repórter, herói, resolvendo crises internacionais, desbaratando quadrilhas, divertindo-se um bocado.”

Pedro Bial

RESUMO

O jornalismo internacional deixou de ser prioridade nos jornais impressos. Isto porque o leitor perdeu o interesse pelos assuntos de outros países. As crises cambiais e financeiras, que passam os veículos de comunicação, acentuaram ainda mais esta crise dentro de um ramo tão prestigiado dentro do jornalismo. Neste contexto, os correspondentes internacionais são, hoje em dia, cada vez mais raro de se encontrar pelo mundo. Assim, existe a necessidade de se identificar o espaço do jornalista internacional. Se é lá no local do evento, ou aqui na redação do jornal, utilizando os materiais enviados pelas grandes agências. Através da pesquisa bibliográfica e de entrevistas, foi possível chegar ao entendimento de que o correspondente é insubstituível, mas também é exclusividade da grande mídia. Os pequenos e médios jornais não conseguem bancar profissionais fora do país. A principal característica que um jornalista in loco tem, que as agências de notícias não podem suprir, é a de conseguir contextualizar a notícia de outro país para a realidade brasileira. Só assim para que o leitor volte a ter interesse no jornalismo internacional.

SUMÁRIO

	RESUMO.....	5
1	INTRODUÇÃO.....	8
2	HISTÓRIA E CONCEITOS.....	11
2.1	CORRESPONDENTES.....	11
2.1.1	Correspondentes Fixos.....	12
2.1.2	Enviados Especiais.....	12
2.1.3	Correspondentes de Guerra.....	13
2.2	AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS.....	14
2.2.1	Agence France Presse (AFP).....	15
2.2.2	Reuters.....	16
2.2.3	Associated Press (AP).....	18
2.2.4	United Press Internacional (UPI).....	21
2.2.5	Outras agências.....	23
3	AGÊNCIAS <i>VERSUS</i> CORRESPONDENTES.....	26
3.1	PRÓS E CONTRAS DAS AGÊNCIAS INTERNACIONAIS.....	26
3.2	PRÓS E CONTRAS DOS CORRESPONDENTES.....	28
4	CRISES DO JORNALISMO INTERNACIONAL.....	31
4.1	PRELIMINARES.....	31
4.2	MOTIVO 1: FIM DA GUERRA FRIA.....	32
4.3	MOTIVO 2: QUESTÃO ECONÔMICA.....	33
4.4	MOTIVO 3: FIM DO REGIME MILITAR NO BRASIL.....	35
4.5	SAÍDA 1: CRIATIVIDADE NAS COBERTURAS.....	36
4.6	SAÍDA 2: MUDANÇAS NO MODELO ATUAL.....	37
4.7	SAÍDA 3: CORRESPONDENTES NAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS.....	38

5	INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS.....	38
5.1	INTERNET E JORNALISMO INTERNACIONAL.....	39
5.2	AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS.....	40
5.3	CORRESPONDENTES INTERNACIONAIS.....	42
6	CONCLUSÕES.....	44
6.1	VISÃO PANORÂMICA.....	44
6.2	CENÁRIO LOCAL: O POPULAR.....	45
6.3	CENÁRIO NACIONAL: GRANDE MÍDIA.....	48
7	BIBLIOGRAFIA.....	51
7.1	LIVROS E TEXTOS.....	51
7.2	WEB SITES.....	52
	ANEXO: ESTUDO DE CASO.....	54

1. Introdução

O objetivo deste trabalho é verificar qual o espaço do jornalista internacional da mídia impressa. As agências de notícias e as novas tecnologias abrem possibilidades para se trabalhar aqui mesmo no Brasil as pautas relacionadas a outros países. Desta maneira, os correspondentes internacionais têm o seu trabalho questionado, principalmente com a crise financeira que o país passa, e com os problemas que assolam o jornalismo internacional, com a queda de público e importância nos últimos anos. Assim, a questão principal é se as grandes agências de notícias e a internet substituem o profissional no exterior.

Outro objetivo a ser alcançado é descobrir como a mídia impressa de Goiânia trabalha o jornalismo internacional. Por isso, o jornal *O Popular*, principal veículo impresso da capital goiana, foi escolhido como estudo de caso para verificar se o jornalista goiano tem espaço no mercado, como correspondente internacional. E se não houver correspondentes goianos, descobrir o porquê deste fenômeno e quais seriam os motivos que fazem com que um jornal regional não possuir correspondentes internacionais.

Desde o princípio do jornalismo, sempre foi necessária a presença do repórter no local da notícia. O correspondente se originou desta necessidade e, com o passar do tempo, se desenvolveu como uma das funções mais prestigiadas do jornalismo. Segundo William Waack, repórter e apresentador da Rede Globo de Televisão:

“A função do correspondente continua a ser uma das funções mais interessantes, talvez a última grande função romântica no jornalismo. Porque nenhum outro profissional de imprensa é tão dono do próprio trabalho. Nenhum outro tem tanta liberdade de ação. Nenhum outro é tão solitário nisso e é obrigado a saber viver assim¹.”

Mesmo sendo importante e interessante, a função dos correspondentes, do jornalista internacional, vem sendo cada dia mais desprezada. “A função do

¹ PEREIRA, M. S. G. **Os últimos românticos**. Monografia. Rio de Janeiro: 2001, p.1.

correspondente está em fase de transformação, assim como o processo de transição de informações entre países”, segundo o repórter especial de *O Estado de São Paulo*, Lourival Sant’Anna².

Esse declínio na atividade do correspondente tem várias explicações. Uma delas, segundo o jornalista Reali Jr.³ seja, “talvez pelo fato de o Brasil ao longo dos últimos 20 anos ter se voltado muito para si próprio, a importância da editoria internacional tenha decrescido”. Outra razão, dentro da mesma perspectiva, foi a ditadura militar, segundo Ricardo Kotscho⁴. Ele explica que “em fins da década de 70, não saía muita matéria de política brasileira. Por causa do regime militar, da censura, você não podia falar muito do Brasil, então falava do mundo”.

Por fim, outra explicação para o não uso de correspondentes é a questão financeira, segundo o jornalista Clóvis Rossi⁵, ex-correspondente da *Folha de São Paulo*, em Buenos Aires (Argentina). “Voltei de Buenos Aires quando houve uma maxidesvalorização do real e todos os correspondentes foram chamados de volta. A *Folha* tinha correspondentes até em Pequim”. A crise financeira que passa hoje a imprensa brasileira contribui em muito com a diminuição de correspondentes, segundo constata o jornalista João Batista Natali⁶. Ele constata que “há com isso uma tendência ao corte generalizado de despesas. É também previsível que nenhuma dessas empresas se disponha a enviar ao exterior uma equipe numerosa de correspondentes”⁷.

O fato é que o jornalismo perde muito com a diminuição de profissionais trabalhando no local da notícia. “Clóvis Rossi sugere que a ausência de correspondentes brasileiros empobrece o noticiário internacional, embora o número de profissionais no exterior já não seja tão relevante.”⁸. Já para Ricardo Kotscho, “quanto mais correspondentes você tiver pelo mundo, mais histórias você tem para colocar no jornal, na revista. O correspondente é um diferencial”⁹.

² Idem, *ibidem*, p.95.

³ Idem, *ibidem*, p.93.

⁴ Idem, *ibidem*, p.93.

⁵ Idem, *ibidem*, p.92.

⁶ NATALI, J. B., **Jornalismo internacional**. São Paulo: Editora Contexto, 2004, p.56.

⁷ Idem, *ibidem*, p. 56.

⁸ PEREIRA, M. S. G., *op. cit.* p.93.

⁹ Idem, *ibidem*, p.94.

Sem correspondentes, a editoria internacional de um jornal pode trabalhar basicamente de duas maneiras: ou usando as novas tecnologias e pesquisando a notícia por meio de veículos virtuais internacionais, ou fazendo a assinatura de uma agência de notícia. Em ambos os casos, pode haver distorções e padronização no tratamento da notícia.

Um exemplo disso foi o atentado terrorista de 11 de setembro de 2001, contra as torres gêmeas do World Trade Center e o Pentágono, nos Estados Unidos. Segundo José Arbex Jr. “houve vários exageros da mídia norte-americana que foram divulgados como verdadeiros para todo o mundo. Segundo Arbex, “(...) foi exatamente assim que a “grande mídia” – dos Estados Unidos, do Brasil e de todo o mundo – descreveu o ato. A rede *CNN* foi uma usina de pânico e ódio, sob a aparência de uma “objetividade” fria e distanciada dos fatos”¹⁰. Por isso, ele questiona o título de “maior atentado da história”, rotulado por quase toda a imprensa mundial.

“Ninguém esclareceu qual critério, exatamente, fez do atentado de 11 de setembro algo pior ou pelo menos mais grandioso do que, por exemplo, a destruição das cidades japonesas de Hiroshima e Nagasáqui, em agosto de 1945”¹¹.

Com isso, mesmo buscando fontes virtuais ou as agências de notícias, o jornalista internacional é uma necessidade para o jornal que deseja mostrar uma realidade diferente da padronizada geral. O leitor nota a qualidade, quando o jornalismo é feito à distância dos fatos. Rossi cita que o jornal *A Folha de São Paulo* faz uma pesquisa diária com os leitores para saber o que eles estão achando do jornal. Invariavelmente, os leitores reclamam que o noticiário internacional é fraco e falho. Ele ainda diz que isso não ocorre apenas no caso da *Folha*, mas que é um fenômeno geral¹².

¹⁰ ARBEX JR., J. **Jornalismo canalha**. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2003, p.55.

¹¹ Idem, *Ibidem*, p.49.

¹² PEREIRA, M. S. G., *op. cit.*, p.93.

2. História e conceitos

2.1 Correspondentes

Existem controvérsias quanto ao surgimento do jornalismo. Segundo João Batista Natali, o jornalismo nasce internacional, no período do mercantilismo, no século XVI. Se tomarmos como base Natali, não é difícil concluir que, com o renascimento, nascem também os correspondentes. A palavra “correspondente” é derivada de “correspondência”, uma encomenda postal. Natali discorre sobre o banqueiro Jacob Függer, como uma grande personalidade dos primórdios jornalísticos. Segundo ele,

“Ele é citado em compêndios de história do jornalismo e até pela Enciclopédia Britânica como o criador da newsletter. Seus agentes comprometiam-se a enviar com regularidade a Augsburg informações que tivessem alguma utilidade para os negócios¹³.”

José Marques de Melo entende, contrariamente ao ponto de vista de Natali. Segundo Marques de Melo, o jornalismo não poderia ter surgido antes da tipografia, em meados do século XV¹⁴. Desta forma, os objetos comunicacionais, sobretudo as cartas manuscritas, formas embrionárias de jornais, possuíam algumas características do jornalismo, como atualidade, periodicidade e universalidade, mas não recepção coletiva. Eram destinadas a grupos restritos de pessoas. Mas não tinham a característica fundamental do jornalismo, que é a recepção coletiva. Segundo Marques de Melo,

“A idéia da recepção coletiva, no sentido de acessibilidade potencial de toda a sociedade aos veículos de comunicação de atualidade, só se concretizaria depois da ocorrência de dois eventos de grande significação histórica – a produção em massa, gerada pela Revolução Industrial, e a liberdade de imprensa, gerada pela Revolução Burguesa¹⁵.”

¹³ NATALI, J. B. op. cit. p.21.

¹⁴ MELO, J. M., **História social da imprensa**: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

¹⁵ Idem, ibidem, p.48.

De acordo com a história, é necessário destacar três tipos de correspondentes: os correspondentes fixos, os enviados especiais e os correspondentes de guerra.

2.1.1. Correspondentes fixos

Os correspondentes fixos são os repórteres que têm residência em um país estrangeiro. Apesar de manter a sua nacionalidade de origem, ele vive naquele país, trabalha ali, dorme ali, se alimenta ali, etc... Ele é a pessoa que está em contato com a cultura daquele local, durante 24 horas por dia. Por isso, ele pode realizar reportagens e análises mais completas, por construir as melhores fontes de informação, etc.

Segundo Marcelle Pereira, “o correspondente teria *a priori* uma base mais sólida no que tange ao conhecimento da realidade que cobre, algo que adviria da vivência no país”¹⁶. Já para o jornalista Clóvis Rossi, o correspondente sabe qual é o programa de televisão que está na moda em Londres ou em Berlin, por exemplo, ao ouvir as conversas das pessoas nos supermercados, nos restaurantes, lendo jornais. Ele completa, dizendo que apenas quem está lá permanentemente tem a possibilidade de possuir esta experiência¹⁷.

2.1.2. Enviados especiais

Os enviados especiais são jornalistas que partem para um país ou para uma região de conflito, com a tarefa de cobrir determinado evento. Sobre as diferenças entre o correspondente e o enviado especial, Clóvis Rossi afirma que “a diferença é mínima, sendo quaisquer das funções o melhor posto ao qual um jornalista pode aspirar”¹⁸.

Rossi ainda faz uma analogia para exemplificar as reais diferenças entre os dois tipos de função. Ele cita o exemplo de duas pessoas que sobem em um

¹⁶ PEREIRA, M. S. G., op. cit., p.11.

¹⁷ Idem, ibidem, p.11.

¹⁸ Idem, ibidem, p.11.

elevador, que está no térreo, conversando sobre os investimentos de uma empresa, e descem no 13º. andar. O ascensorista não ouve o início e tampouco o resto da conversa. Rossi diz que o enviado especial seria uma espécie de ascensorista. Ele pega o elevador no térreo ao chegar no aeroporto Charles de Gaulle, no caso de Paris. Depois de ouvir a conversa durante uma semana, vai embora. A questão é que a conversa continua: o país não pára porque ele voltou¹⁹.

2.1.3. Correspondentes de guerra

Outro braço do jornalismo internacional é a correspondência de guerra. Considerado como um dos mais charmosos postos que um jornalista pode obter, e também o mais perigoso e desgastante, o correspondente de guerra precisa ter uma percepção elevada e cultivar muitas fontes em áreas governamentais.

O primeiro correspondente nos moldes atuais do jornalismo de guerra surgiu, em 1854, na guerra da Criméia. Foi o irlandês Willian Howard Russel, repórter do *The Times*, de Londres. Ele ficou famoso por sua forma de narrativa sobre o avanço dos britânicos sobre seus inimigos. Este tipo de relato se originou, ainda no século XIII, principalmente com a descrição da famosa viagem de Marco Pólo à Ásia.

A correspondência de guerra hoje já é algo à parte da própria guerra. A última guerra dos Estados Unidos contra o Iraque, de Sadam Hussein, mostrou ao mundo a que ponto que chegou a ousadia das redes de televisão e dos próprios jornalistas que acompanharam o conflito na linha de frente. Cobertura em tempo real poderia ser acompanhada, através da televisão, principalmente da rede americana CNN, disponível no Brasil pela TV à cabo.

Normalmente um correspondente de guerra é um jornalista com bastante prestígio dentro de sua redação, reconhecido como grandes repórteres e com uma boa experiência de cobertura *in loco*. Segundo a jornalista Adriana Kuhn, “eles

¹⁹ Idem, ibidem, p.11.

devem ser capazes de ver a guerra como ela é e comunicar isso da forma mais objetiva possível, apesar das restrições muitas vezes impostas”²⁰.

No Brasil, a correspondência de guerra teve seu marco maior durante a Segunda Grande Guerra, quando os jornalistas Joel Silveira, dos *Diários Associados*, e Rubem Braga, do *Diário Carioca*, foram acompanhar de perto o conflito. Na opinião de Silveira, a guerra é o maior assunto que um correspondente pode cobrir²¹.

Mesmo assim o Brasil não tem tradição neste tipo de jornalismo. O jornalista José Hamilton Ribeiro diz ser impensável falar em jornalismo de guerra. Segundo Marcele Pereira, por não ter uma tradição de guerra, por extensão também não teríamos tradição de correspondentes de guerra²².

Ela ainda menciona, a propósito, a crise no jornalismo internacional brasileiro que mantém poucos profissionais no exterior, e que são raros os veículos que mandam correspondentes para a cobertura de guerra.

2. 2. Agências de notícias

É impossível entender e analisar o atual espaço do jornalista internacional sem saber a história dos principais agentes e produtores de informações pelo mundo, as agências de notícias.

João Batista Natali explica que a idéia da agência de notícia surgiu pela procura que os jornais e revistas realizavam para obter aquilo que ainda procuram fazer hoje: ter mais informações por um preço menor. Segundo ele, a idéia consistiu, então, em formar *pools* pelos quais um mesmo repórter ou equipe de repórteres produziam material para muitos órgãos de imprensa. É a idéia da agência de notícias²³.

No mundo se destacam hoje 4 agências de notícias: a *Agence France Presse* (AFP/França), a *Reuters* (Inglaterra), a *Associated Press* (AP) e a *United*

²⁰ KUHN, Adriana. **A história dos correspondentes brasileiros e sua relação com o poder estatal e militar**. Projeto de pesquisa. Porto Alegre: PUC/RS, 2005, p.3.

²¹ PEREIRA, op. cit. p.13.

²² Idem, ibidem, p.15.

²³ NATALI, J. B., op. cit., p.30.

Press International (UPI)/EUA. Outras agências igualmente importantes são a italiana ANSA, a alemã DPA e a espanhola EFE.

2.2.1. Agence France Presse (AFP)

A *Agence France Presse* (AFP) é a primeira agência mundial de informações. Falar dela é falar de Charles-Louis Havas, o criador da Agência Havas, precursora da AFP. Havas nasceu em Rouen, na França, em 1783. Quando adulto, começou a trabalhar em jornalismo e era reconhecido por suas habilidades lingüísticas em traduzir documentos em língua estrangeira.

Em 1832, Havas começou a formular idéias de uma agência que poderia suprir os jornais de notícias estrangeiras. Mas sabia que se limitasse apenas por traduzí-las de jornais de outros países, demoraria muito e não teria fontes fidedignas. Desta forma, reuniu um grupo de pessoas e os mandou como correspondentes para as principais capitais da Europa.

Oficialmente, Charles-Louis Havas inaugurou a *Agência Havas*, em 1835, com um serviço diário que mudaria o mundo da informação. Ele ficou conhecido como o pai do jornalismo internacional. Em 1852, aproveitando o grande sucesso de sua agência, Havas expandiu os serviços para atender também ao ramo da publicidade. Foi uma das últimas grandes ações de Charles. Ele faleceu seis anos depois, em 1858, em Paris.

Já em 1879, a família de Havas vende a sua parte na empresa por 7 milhões de francos. A agência seguiu seus trabalhos até 1920, quando se une a *Société Générale des Annonces*, uma agência de propaganda criada no século XIX. Em 1940, a empresa é nacionalizada, com o Estado comprando a maior parte das ações. Com isso a Havas muda de nome para *Office Français de l'Information* (OFI).

Mas a nova realidade da agência dura pouco. As tropas de Hitler ocuparam a França, na Segunda Grande Guerra (1939-1944). Em 1944, quando os aliados liberam o país, os jornalistas que tinham participado da resistência contra os

nazistas ocupam o OFI e dão-lhe o seu nome definitivo e atual, *Agence France-Presse* (AFP). Um novo estatuto é criado em 1957.

Em 1985, a agência descentraliza as suas atividades e funda escritórios em Hong Kong, Washington e Nicosia. No mesmo ano foi criado o serviço internacional de foto, quando a AFP começou a prover os seus assinantes de fotos sobre eventos importantes em todo o mundo. Três anos mais tarde, a agência cria o seu serviço de infografia e, em 1991, foi lançado uma filial econômica, a AFX, em inglês. A era dos *bits* chegou a AFP, em 1993. Neste ano, a agência é totalmente digitalizada. Em 1995, ela lança seu primeiro *site* na internet e, no ano seguinte, seu primeiro jornal *on-line*.

Atualmente, a *Agence France-Presse* emprega 1.100 jornalistas e mais de 2000 colaboradores ocasionais, em 165 países. A agência atinge milhares de assinantes via rádio, televisão, jornais e empresas da matriz, que têm sede em Paris. A AFP também tem filiais em Washington, Hong Kong, Nicosia e Montevideo. É juntamente com a AP e a *Reuters*, a maior empresa de informação internacional.

2.2.2. Reuters

A agência inglesa *Reuters* foi criada por um empregado da *Agência Havas*, o alemão Paul Julius Reuter. Ele nasceu, em 1816, em Casell, Alemanha, com o nome de Israel Beer Josaphat. Começou trabalhando como funcionário em um banco. Ele usava uma combinação de métodos para transportar as informações acionárias, preços de ações, notícias e outras, para a imprensa e instituições pelo mundo. O sistema de Reuter era composto por telégrafos, atingindo as regiões aonde a rede permitia, e por pombos-correios, nas regiões desprovidas de linhas telegráficas. Desta forma, as notícias chegavam até quatro vezes mais rápidas do que se fossem transportadas por trem, que era o padrão da época.

Em 1851, Reuter fez uso do primeiro cabo submarino entre Inglaterra e França. O cabo cortava o canal da mancha, entre as cidades de Dover (Inglaterra) e Calais (França). Desta forma, conseguiu conectar Londres ao centro continental

da Europa, conseqüentemente aumentando a velocidade de transmissão de notícias e preços de ações.

Na década de 60 do século XIX, Paul Julius Reuter continuou a investir em tecnologias, construindo mais linhas telegráficas. Ele construiu uma que vinha da Irlanda até Londres. Desta forma, não precisava esperar os navios aportarem nas cidades inglesas para receber as notícias do outro lado do Atlântico. A *Reuters* abordava os navios na Irlanda e transmitia as informações via telégrafo até Londres. Desta forma conseguia que notícias provenientes da América chegassem à Europa oito horas antes que a concorrência. Foi usando esta estratégia que a agência deu o seu maior furo, ao ser primeira a noticiar a morte do presidente estadunidense Abraham Lincoln na Europa.

Com o tempo e avanços tecnológicos, a Reuters expandiu seus negócios para a Ásia e a América do Sul. Em 1877, a agência *Reuters-Havas* (parceria entre a *Reuters* e a *France Presse*) abriu uma sucursal no Rio de Janeiro. Isto foi motivado, sem dúvida, pela inauguração do cabo submarino unindo a Europa ao Brasil, em 22 de junho de 1874, quando Dom Pedro II trocou mensagens telegráficas com Marconi, com o Papa Pio IX, com o rei italiano Vittorio Emmanuele, com a rainha Vitória da Inglaterra e com o presidente da França, o general Mac Mahon.

Mesmo com a aposentadoria de Paul Julius Reuter, em 1878, a sua agência não parava de inovar. Já em 1883, a *Reuters* iniciou o uso da impressora de colunas, para transmitir mensagens eletricamente para os jornais de Londres, eliminando assim a necessidade de se enviar mensageiros. Era uma das últimas cartadas que seu criador poderia ver. Em 25 de fevereiro de 1899, Reuter morreu em sua casa, em Nice, França.

Em 1923, a agência *Reuters* foi a pioneira no uso de rádio para a transmissão de notícias internacionais. Com isso introduziu um serviço de preços e cotações enviadas por Código Morse, através de ondas longas. A agência começou a trabalhar com teleprinter, em 1927. Já em 1964, outra inovação – a *Reuters* foi a primeira a usar computadores para transmitir dados internacionalmente.

Em 1984, a empresa colocou suas ações na bolsa, se tornando uma empresa anônima. Investimentos na Bolsa de Valores de Londres e na norte-americana NASDAQ capitalizaram cerca de 700 milhões de libras esterlinas à *Reuters*. Conseqüentemente, a agência cresceu e fez uma série de aquisições: a *Visnews* (em 1985, rebatizada como *Reuters Television*), *Instinet* (1986), *TIBCO* (formalmente chamada de *Teknekron*) e a *Quontron* (ambas em 1994). Em outubro de 2001, a *Reuters* completou a maior aquisição da sua história, ao comprar a *Bridge Information Systems*.

Hoje, a *Reuters* é mais que uma agência, é uma grande empresa de comunicação. Ela provém cerca de 5 milhões e meio de informações financeiras, com atualização em tempo real, de 258 mercados. O conglomerado também disponibiliza informações históricas de mais de 40 mil empresas, além de fornecer em torno de 30 mil notícias, constituindo mais de 8 milhões de palavras, publicadas diariamente em 19 línguas.

2.2.3. Associated Press (AP)

A estadunidense *Associated Press (AP)* nasceu de uma idéia de dois publicitários, em 1847 – David Hale, do *Jornal do Comércio*, e de James Gordon Bennett, do *New York Herald* – que se juntaram para cobrir eventos pelo mundo. Mas sua fundação formal data um ano depois, em Maio de 1848, quando Hale reuniu-se com 10 representantes de 6 jornais de Nova Iorque, nos escritórios do *The New York Sun*. Foi acertado um pacto de mútua cooperação na produção de notícias internacionais e também para o uso coletivo do telégrafo, sem custos adicionais.

A *AP* também passou a usar a estratégia de Reuter, mas no sentido contrário. Em 1849, sucursais em Halifax e Nova Scotia, permitiram que as notícias chegassem em Nova Iorque antes que os navios que as traziam atracassem no porto da cidade. Isto porque destas cidades até Nova Iorque a notícia era transmitida via telégrafo.

Mas a *AP* fez história de verdade, em 1858, quando a primeira notícia da Europa veio através de um cabo transoceânico. Era a primeira vez que se transmitiu uma notícia via telégrafo, diretamente do velho continente para os Estados Unidos. A notícia era sobre uma rebelião contra os ingleses na Índia. Tinha exatamente 42 palavras, resumindo cinco histórias na forma de manchete. A frase final era: “Mutiny being quelled, all India becoming tranquil”, indicando o fim dos atos rebeldes.

Outro grande momento da agência foi na Guerra Civil dos Estados Unidos, quando o repórter Joseph L. Gilbert documentou as palavras que o presidente Abraham Lincoln dedicou ao cemitério de Gettysburg. Mais tarde, Lawrence Godbright, correspondente em Washington, cobriu o assassinato de Lincoln, no teatro Ford.

Em 1899, a *AP* usou o telégrafo sem fio de Guglielmo Marconi, para cobrir a *America's Cup*, competição de vela mais famosa do mundo. Já em 1914, o uso do teletipo permitiu a agência transmitir informações pelo mundo, a 60 palavras por minuto.

No final da Primeira Grande Guerra, em 1918, a *AP* gaba-se de ter reportado o Armistício no momento em que ele foi assinado, diferentemente da *United Press* que se antecipou a anunciar a notícia. Em 1922, Kirke L. Simpson escreveu uma série de reportagens sobre o Soldado Desconhecido e ganhou o primeiro prêmio *Pulitzer*, de muitos que a *AP* iria receber em sua história.

Em 1927, a *AP* inaugura o serviço de envio de fotos pelo correio aos jornais. Já em 1931, a agência se expande para a Europa e abre sucursais em Londres e Berlim. Quatro anos mais tarde, as fotos deixam de ser enviadas e passam a serem transmitidas através de um novo serviço, o Wirephoto.

A *Associated Press* cobriu amplamente a Segunda Grande Guerra. O destaque foi para o Dia-D, em 1944, quando a agência movimentou 18 repórteres e fotógrafos para acompanhar a campanha das forças aliadas na Normandia. Outro momento histórico para a agência foi a foto que Joe Rosenthal tirou das tropas estadunidense, levantando a sua bandeira na ilha de Iwo Jima, no Japão. Mas a guerra não foi só alegrias para a *AP*. O correspondente de guerra Joe

Morton foi capturado e executado pelos nazistas no campo de concentração de Mauthausen. Morton foi o único jornalista morto durante a Segunda Guerra, que se tem conhecimento.

Durante a guerra fria, mais acontecimentos lamentáveis para a *AP*. Leonard Kirschen, correspondente durante o regime comunista em Bucareste, Romênia, ficou preso por 10 anos por suspeita de espionagem. O fotógrafo Frank “Pappy” Noel foi capturado pelas tropas da Coreia do Norte, durante a guerra da Coreia, e ficou preso por dois anos. William N. Oatis, chefe da sucursal em Praga, também foi encarcerado por espionagem, ficando na prisão por 28 meses. Em 1969, Fidel Castro manda a *AP* fechar o seu escritório em Havana, Cuba.

Mas neste mesmo período, grandes inovações também foram marcos de orgulho para a agência. Em 1951, foi lançado o serviço de fotos via rádio para a América do Sul. Em 1963, as informações da bolsa de valores começaram a serem transmitidas via computadores, com uma velocidade impressionante de 1200 palavras por minuto. A *AP* usou, pela primeira vez, em 1967, um satélite para transmitir a foto do príncipe da Suécia numa praia do Havaí. A foto viajou cerca de 100 mil milhas de Honolulu até Londres. Em 1969, a agência usou cerca de 70 profissionais para a cobertura do homem chegando a Lua. Em 1972, os computadores já eram usados para escrever e editar notícias na redação da *AP*.

Outro orgulho da agência estadunidense foi a manutenção de três profissionais, *in loco*, até o fim da guerra do Vietnã. Eles deixaram o país juntamente com as últimas tropas dos Estados Unidos. Em 1985, Terry Anderson, correspondente chefe no Oriente Médio, foi raptado por militantes islâmicos, em Beirute. Ele ficou 6 anos e 8 meses em cativeiro.

Em 1984, a *AP* se torna a primeira organização jornalística a adquirir seu próprio satélite. Em 1990, é inaugurado o serviço de notícias e fotos, via satélite, para a América do Sul. Já em 1994, outra inovação: a agência foi a primeira a introduzir as câmeras digitais na cobertura jornalística. Em 1996, a *AP* cobre o Super Bowl XXX, usando apenas câmeras digitais. Em 1999, Fidel Castro revê a sua posição e permite a reabertura da sucursal em Havana.

2.2.4. United Press Internacional (UPI)

A *United Press International (UPI)* é a mais jovem e a mais modesta das grandes agências de notícias. Nascida em 15 de julho de 1907, a *UPI*, que no início era apenas *United Press (UP)*, se formou da união de três grandes agências regionais dos Estados Unidos. O seu fundador, o publicitário E. W. Scripps, introduziu o princípio de que não haveria restrições sobre quem poderia comprar notícias das agências. Desta forma, o objetivo de Scripps foi quebrar o monopólio e a exclusividade dada pela aliança das maiores agências dos Estados Unidos e da Europa.

Em 1909, a UP inaugurou um serviço de transmissões de notícias via cabo com a Japanese Telegraph News Agency, do Japão. Cinco anos mais tarde, a agência começou a usar o teletipo, inventado por Edward Kleinschmidt. O crítico Oswald Garrison Villard credits a UP como a primeira agência de notícias a usar a nova tecnologia. No mesmo ano, o repórter Karl Von Wiegand realiza um feito. Ele foi o primeiro na linha de frente da cobertura da Primeira Grande Guerra, a obter uma entrevista exclusiva com Wilhelm, o príncipe alemão.

Quando um navio americano afundou, torpedeado por um barco alemão, na costa da Irlanda, em 7 de maio de 1915, a UP informou milhares de pessoas que estavam na Pan American Exposition, em São Francisco. Em 1919, a UP expandiu seu serviço de transmissão de informações via cabo para os jornais da América do Sul, possibilitando o envio de 5 mil palavras por dia.

No início dos anos 20, a UP inaugura dois serviços muito importantes para sua história. Um de transmissão direta de informações para os jornais europeus. Outro para as empresas de comunicação da Ásia central. Com isso, a agência atingiu mais clientes e ganhou força.

Em 1927, a UP foi a primeira a noticiar o vôo de Charles Lindbergh, cruzando o Oceano Atlântico. Milhares de pessoas em todo os Estados Unidos, do presidente à mãe de Charles, receberam a notícia do sucesso da viagem através da *United Press*.

Fornecer notícias para rádios foi a grande novidade da *UP*, sendo a primeira agência a prover este tipo de serviço, em 1935. Em 1941, a agência foi a primeira a noticiar o ataque japonês em Pearl Harbor. Esta batalha foi o que motivou os Estados Unidos a “testar” suas bombas atômicas nas cidades japonesas de Hiroshima e Nagasaki, em 1944.

A *United Press* continuou se expandindo na década de 50. Inaugurou um serviço para notícias esportivas. Comprou a empresa Acme News Picture, e renomeou para *United Press Newspictures*. Além disso, inaugurou o serviço de fornecer imagens para redes de televisões em todo o mundo.

Em 1957, a UP ganha seu primeiro, de muitos, prêmio Pulitzer. O repórter Russel Jones vence com uma matéria feita, em 1956, sobre a revolução húngara. Já em 1958, a *United Press (UP)* se une com a *Internacional News Service*, no dia 24 de maio, e se torna a *United Press Internacional (UPI)*, seu nome atual.

No início dos anos 80, a UPI começa a entrar numa grande crise que a leva a ser passada de mãos em mãos. Em 1982, a família Scripps vende a companhia. O escritório central da agência passa de Nova Iorque para Washington. Já em 1985, a UPI entra em bancarrota pela primeira vez. Um ano depois o publicitário mexicano Mario Vazquez Rana compra a agência, dando um fôlego para a empresa.

O poder de Vazquez sobre a *UPI* dura apenas até 1988, quando ele a vende para a *Infotech Inc.*, de Earl Brian. Em 1991, a agência entra novamente em bancarrota. Desta vez ela vai parar nas mãos de um grupo de investidores saudita, que a expande através do Oriente Médio. Como resultado, a UPI lança a *Arábia 2000*, uma coleção de histórias em Árabe proveniente das maiores agências de notícias governamentais do Oriente Médio.

Em 2000 a UPI volta para os estadunidenses. A *News World Communications*, do mesmo grupo do jornal *The Washington Times*, compra a agência. Em 2002, a *United Press* relança seus serviços para a América Latina, a UPI LatAm, com o objetivo fundamental de prover notícias em espanhol, focado nos problemas da América Latina, dos Estados Unidos e do mundo.

2.2.5. Outras Agências

Além das quatro grandes agências de notícias, existem outras que não podem ser deixadas de fora. A espanhola EFE, por exemplo, é uma das principais fornecedoras de notícias para a América. Isto pode ser explicado pela semelhança cultural entre a Espanha e a América Latina, proveniente desde a época da colonização.

A EFE nasceu, em 1865, fundada pelo jornalista Nilo María Fabra, com o nome de *Centro de Correspondencias*. Foi a primeira agência de notícias em língua espanhola do mundo, além de ser a primeira agência da Espanha. Em 1919, mudou-se de nome para Agencia Havas, tendo Charles-Louis Havas como um dos acionistas.

Em 1939, trocou definitivamente de nome, para EFE, mantendo os antigos diretores e acionistas. Alguns anos depois, em 1965, a EFE abriu seu primeiro escritório na América, mas precisamente em Buenos Aires. Já em 1993, a agência se transformou na primeira agência de jornal impresso na América Latina e líder absoluta nos países de língua espanhola.

Hoje, a EFE fornece seus serviços a 115 jornais diários na Espanha, além de 246 jornais na América. Além disso, são 100 revistas e todas as grandes emissoras de rádios, incluindo 250 independentes, na Espanha e na América, que recebem notícias desta agência. Na mídia televisiva, todas as grandes redes da Espanha, além de 86 canais na América, trabalham com a EFE.

Para dimensionar a grandeza desta agência, principalmente no mundo hispânico, uma em cada duas notícias circuladas na Espanha é proveniente da EFE. Quase 30% de todo o material internacional que é publicado na América tem como origem a agência espanhola.

Outra agência importante no mundo da informação é a italiana Ansa. Fundada em 15 de janeiro de 1945, a Ansa é uma cooperativa de 37 sócios, editores dos principais jornais italianos, com o objetivo de apurar, construir e distribuir informação jornalística, e outros serviços dentro do campo comunicacional.

A empresa possui 22 escritórios dentro da Itália e 83 filiais distribuídas em 78 países. Segundo o site oficial, a Ansa é a primeira agência de notícias da Itália e a quinta do mundo. Em 2002, a Ansa criou a Ansa Web, a versão digital da agência.

Já a Deutsche Presse-Agentur, a DPA, maior agência de notícias da Alemanha, tem a sua representatividade no mundo da informação. Ela nasceu em 1º. de setembro 1949, fruto de uma união entre a Dena, a Suedena e a DPD, antigas agências do mundo germânico. Ela mantém escritórios e empregados contratados em 100 países. Assim como todas as grandes agências, a DPA não fornece só notícias impressas, mas também produtos para rádios, televisões e imagens fotográficas.

A data de fundação tanto da Ansa, como da DPA, diferentemente das demais, retrata o fim da Segunda Grande Guerra. E não é por acaso. Elas são frutos da união de agências anteriores que serviam para alimentar o totalitarismo nestes países. Segundo Natali, as siglas das empresas que deram a luz à DPA “têm prováveis raízes no passado do Terceiro Reich, que todos têm o interesse em esquecer.” Sobre a Ansa, ele diz: “É claro que a história das agências de notícias na Itália não começou após a vitória da invasão, iniciada bem antes, dos aliados na Península. Mas, antes disso, tudo se perde na noite nebulosa do facismo”²⁴.

Outras agências desconhecidas, mas que tiveram o seu papel, principalmente durante a Guerra Fria, são a soviética Tass e a chinesa Xinhua. Estas agências funcionam até hoje, mesmo com a queda do socialismo e a fragmentação da União Soviética, além da constante abertura econômica da China. Contudo, a importância destes órgãos já não é mais a mesma.

É claro que não eram agências independentes. Segundo Hohenberg, “isto naturalmente significa que a Tass e a Xinhua devem ser consideradas órgãos de propaganda.” Ele ainda diz que elas “não se preocupam em outra coisa a não ser agradar o governo que servem”²⁵.

²⁴ Idem, *Ibidem*, p.32-33

²⁵ HOHENBERG, J., **Os atacadistas de notícias**: agências internacionais de notícias, 1981 In: EL HAJJI, Mohammed. **Jornalismo internacional**: sistemas internacionais de

Hoje em dia já é possível fazer uma cobertura descente, tanto da China quanto da Rússia, por não serem mais tão fechados como eram na segunda metade do século XX. Mas durante a Guerra Fria, estas agências eram a única fonte de notícias do lado socialista. Para Hohenberg, “as agências comunistas são as fontes principais das notícias sobre a União Soviética e a China. Nenhum correspondente em Moscou ou em Pequim, pode ignorá-las”²⁶.

3. Agências *versus* correspondentes

3.1. Prós e contras das Agências Internacionais

informação (apostila), Universidade Federal do Rio de Janeiro: 2005.1, 2005, p.44.

²⁶ Idem, *Ibidem*, p. 44

As Agências de Notícias são muito criticadas pelo seu trabalho. Muitas vezes elas têm o seu material chamado de superficial e “pasteurizado”. A principal condenação vem sobre a interpretação dos fatos. Uma poderosa agência tem como sede um país de primeiro mundo, desenvolvido, e com ele traz a visão dominante em suas notícias. Desta forma é muito difícil encontrar notícias e visões positivas de regiões periféricas, como a África, Ásia e até mesmo a América Latina, nas páginas da editoria internacional, provenientes de agências:

“Quem consegue olhar com lupa os países de Terceiro Mundo? As grandes agências internacionais dizem que não, o assunto não é com elas. Reuters, France Press e companhia já provaram ter as antenas conectadas com pautas grandes, manchetes fortes e assuntos nem sempre edificantes para os países pobres. Isso se deve à natureza de seu trabalho, seu público alvo e seus interesses²⁷.”

Esta é a visão de João Paulo Charleaux, ao criticar as grandes agências por esta falta de visão sobre o terceiro mundo. Como impressas, elas estão aonde o capital está, vivem de dinheiro, lucro, e isso vai contra o lado social de se noticiar os acontecimentos de países pobres. E como diz Clóvis Rossi, “acompanhar melhor a América Latina não é um problema de combater uma suposta ‘informação imperialista’”. Segundo ele, é uma necessidade saber, rapidamente e com uma boa profundidade, o que está ocorrendo com os nossos vizinhos²⁸.

Já Eliane Catanhêde, colunista da *Folha de São Paulo*, vai além, ressaltando a distorção por partes da mídia de países desenvolvidos, ao olhar para os países periféricos:

“Quando morei quase um ano na Itália, em 1991, a imprensa européia praticamente só publicava o lado exótico ou cruel do Brasil: mulatas, bundas, violência, menor abandonado, descaso

²⁷ CHARLEAUX, J. P., **Olhai (direito) pra nós!**: jornalismo internacional alternativo, 2001. In: E LHAJJI, Mohammed, op. cit., p.16.

²⁸ ROSSI, C., **A batalha no mundo**: fluxo de informação e pauta de internacional, 1980. In: EL HAJJI, Mohammed, op. cit., p.14.

com a Amazônia. E isso era em pleno governo Collor, com a política pegando fogo, a economia girando, a abertura começando. Nada que era sério interessava”²⁹.

Outro grande problema ao usar uma agência de notícia, é o virtual monopólio que elas confere. Segundo Rossi, às notícias que são divulgadas por meio delas ganham um peso que passa valer mais que às próprias notícias produzidas por fontes próprias das publicações brasileiras, inclusive entre os próprios jornalistas³⁰.

E ainda há o lado das pautas. Os jornais brasileiros se pautam tendo como base os principais meios do mundo, como o *The New York Times*, o *Le Monde*, a *CNN*, e etc..., além das próprias agências de notícias. O que ocorre é que os jornais passam a ter interesse por aquilo que interessa os países desenvolvidos, e não pelos interesses nacionais brasileiros. Isso acaba gerando, inclusive, a falta de interesse no caderno internacional por parte do público brasileiro.

Mas as agências de notícias não são apenas pesadelos. Elas também possuem virtudes, principalmente no que diz respeito à economia que um jornal pode ter em sua redação. Elas fornecem notícias e fotos, dos principais acontecimentos mundiais, em poucos segundos. Isso não pode ser desprezado, mesmo que esse não pode, e não deve nunca, ser o ponto inicial e final de um jornalista internacional.

O material das agências têm que ser o ponto de partida para que o jornalista comece a apurar, mesmo de longe, aquele assunto. Neste ponto, é muito importante e pouco dispendioso ter as assinaturas das principais agências mundiais. Inclusive os correspondentes internacionais podem usar das notícias das agências, e dos meios daquele país, para poder formular a sua notícia, que deve ter a visão do país de origem:

“Em último caso, pratica-se o chamado vampirismo: pega-se, por exemplo, o Libération e chupa-se uma matéria. É coisa que o correspondente não gosta de admitir, mas que acontece. Mas mesmo isso requer uma certa arte. Não basta simplesmente

²⁹ CHARLEAUX, J. P., op. cit., p.16.

³⁰ ROSSI, C., op. cit., p.14.

pegar e copiar uma matéria. É preciso reescrever o texto de um jeito que o Brasil tenha alguma coisa a ver com aquilo³¹.”

Então, o trabalho das agências não pode ser descartado. Eles fazem o “trabalho de base”, que é o de transmitir a notícia “nua e crua”. Cabe ao repórter, ou correspondente, saber trabalhar com o que tem na mão, e saber que não se pode ficar totalmente vinculado a essas informações, pois só assim ele vai construir um material de qualidade.

3.2. Prós e contras dos correspondentes

“Não se inventou ainda nada que substitua a visão peculiar de cada país sobre os acontecimentos mundiais³². Esta é a visão de Clóvis Rossi sobre os correspondentes. O lado bom de um jornal ter um profissional no local dos fatos, é que esse vai ter a possibilidade de transmitir a notícia com diferenciais. Por estar lá, o correspondente terá acesso às vias do fato e, com isso, construir um texto que fuja da “normalização” das grandes agências.

Além disso, a visão que ele vai ter do episódio é única. “Um brasileiro certamente olhará a Espanha, digamos, de uma maneira que um espanhol não consegue ou um americano tampouco³³. A visão de quem constrói a notícia é fundamental para seu interlocutor. De nada adiantará se um repórter usar parâmetros conhecidos pelo povo estadunidense numa matéria para o público brasileiro. O correspondente brasileiro tem que “traduzir” a notícia para que seu leitor veja aquilo e pense no que pode influenciar o seu dia-a-dia:

“É natural que interesse ao leitor brasileiro saber como vai indo a experiências de cada um dos países vizinhos ou próximos, até para poder perceber o que pode eventualmente acontecer de parecido no seu próprio país³⁴.”

Está aí uma vantagem que vai-se ter apenas com o trabalho de um correspondente. Uma guerra no Iraque, por exemplo, pode elevar o preço do barril

³¹ UTZERI, F., **Do outro lado do mundo**, 1989. In: EL HAJJI, Mohammed, op. cit., p.56.

³² ROSSI, C., op. cit., p.14.

³³ Idem, *Ibidem*, p.14.

³⁴ Idem, *ibidem*, p.14.

de petróleo, no mercado internacional, e um país que não tem a soberania de combustível fóssil, como o Brasil, vai ter que pagar mais caro pelo produto. Com isso, o povo brasileiro vai sentir os custos no seu próprio bolso, já que a gasolina, o gás de cozinha, e outros produtos importantes, derivam do petróleo.

Outro trabalho, que só é possível com correspondentes espalhados pelo mundo, é a pesquisa de opinião e a observação de experiência, de outros países, de medidas que podem ser adotadas no Brasil. Por exemplo, na questão do desarmamento em que a população teve que dar o seu parecer, a favor ou não, no comércio de armas de fogo e munição no Brasil. Um correspondente no exterior poderia verificar como a situação é tratada naquele país. Poderia ver como as pessoas reagiriam se o seu governo fizesse tal consulta, o que ajudaria muito mais o próprio eleitor brasileiro.

A falta do correspondente atinge diretamente a qualidade do jornalismo internacional. Quando não há uma orientação para sua realidade, o público vira as costas e a editoria cai em descrédito. “Aí vão dizer que é porque o público cansou da história quando, na verdade, o público cansou é de ver aquela matéria fria que não acrescenta nada ao que já não tenha visto nos jornais ou em outro canal”³⁵.

Além disso tudo, a notícia escrita por uma pessoa que está ao lado do fato traz muito mais credibilidade. Eles dão destaque ao jornal por ser único. Muitos podem trazer as notícias da Reuters, da AFP, da UPI ou da AP. Agora o texto do correspondente vai ser exclusivo daquele próprio meio. “Os despachos de correspondentes e enviados especiais às guerras européias ocupavam lugares privilegiados nos periódicos”³⁶.

A maior desvantagem de se ter uma rede de correspondentes é o custo e a falta de profissional qualificado. Segundo Cristiana Mesquita, para uma cobertura internacional existem duas saídas: mandar uma equipe gigantesca, com pelo menos 10 pessoas, como fazem as redes americanas, ou então enviar um pequeno grupo que saiba trabalhar com o mínimo dos recursos e que seja

³⁵ MESQUITA, C., **Cobertura internacional é para gente grande**, 2002. In: EL HAJJI, Mohammed, op. cit., p.68.

³⁶ LOS MONTEIROS, G. G. E., **Jornalismo internacional: correspondentes e testemunhos sobre o exterior**, 1998. In: EL HAJJI, Mohammed, op. cit., p.50.

altamente treinado. Para ela, a mídia brasileira não tem dinheiro para a primeira opção, e nem profissionais para a segunda.³⁷

Além disso, há sempre o risco da não adaptação do repórter, o que pode trazer mais prejuízos para o jornal. As primeiras experiências de um correspondente em um país distante podem não ser nada animadoras, como conta Ricardo Kotscho:

“De início fiquei numa pensão fodida pra caralho. Minha mulher não falava uma palavra de alemão. As crianças chorando com saudades da avó. Foi um inferno. E no primeiro dia já tinha uma pauta, que a Dorrit Harazim, chefe dos correspondentes, tinha pedido que o William me passasse tão logo eu chegasse lá. O problema era que eu não sabia porra nenhuma do que estava acontecendo na Alemanha³⁸.”

Os correspondentes também não são tão abrangentes como uma agência de notícia. Quando ocorrem eventos em diversos pontos do mundo, boletins chegam com os detalhes dos acontecimentos por meio das agências. Já o correspondente tem que se deslocar para fazer a matéria. Provavelmente, se a rede de correspondentes não for grande, o jornal não conseguirá cobrir tudo in loco.

Por fim, o trabalho dos jornalistas expatriados é sempre mais duro do que de um jornalista local. O acesso às fontes é bem mais duro para os estrangeiros do que para os profissionais “da casa”. Na opinião de Reali Jr., “trata-se de uma questão de relação de forças. Tudo depende do peso específico de cada país”³⁹. Um correspondente no exterior tem o seu trabalho dificultado, enquanto que as agências normalmente têm profissionais nativos e ambientado à situação e às pessoas.

4. Crises do jornalismo internacional

4.1. Preliminares

³⁷ MESQUITA, C., op. cit., p.67.

³⁸ PEREIRA, M. S. G., op. cit., p.50.

³⁹ Idem, ibidem, p.62.

Ao se analisar o espaço do jornalista internacional é necessário percorrer o caminho que nos leva a grande crise que este ramo jornalístico passa nos dias de hoje. A crise existe e é real para todos os jornalistas internacionais. Os motivos são consensualmente vários. As saídas nem sempre únicas e fáceis de serem postas em práticas. Para João Batista Natali, “não há mais a mesma motivação que os encoraje à formação de equipes numerosas de correspondentes”⁴⁰.

Existe um paradoxo no momento que passa o Jornalismo Internacional. Segundo o jornalista Jaime Spitscovsky, “O paradoxo é que, ao mesmo tempo em que se aprofunda a globalização, ao mesmo tempo em que ficam cada vez mais profundas as relações de interdependência entre os países, ao mesmo tempo, se observa uma diminuição no interesse pelo jornalismo Internacional”⁴¹.

Segundo dados apresentados pelo próprio Spitscovsky, em 1971, os jornais americanos dedicavam 10% do seu espaço editorial às notícias internacionais. Já no final dos anos 90, esse número cai para 2%. Dos grandes jornais americanos, apenas 2% do seu espaço editorial é dedicado às notícias internacionais. “Entrevistaram um editor da *Newsweek* chamado Maynard Parker. O Parker foi muito direto e disse que, sempre que colocavam um tema internacional na capa da revista deles (*Newsweek*), a vendagem em banca caía 25%”⁴².

A expectativa era que o atentado de 11 de setembro de 2001, contra as torres do World Trade Center e o Pentágono, aumentaria o interesse pelo noticiário internacional. Realmente aumentou, mas durou pouco. “Os primeiros índices apontavam um novo cenário, mas, por vários motivos, não foi possível aproveitar e virar o jogo. (...) O jornalismo internacional precisa ser sustentado por guerras ou desastres para sobreviver”⁴³.

4.2. Motivo 1: fim da Guerra Fria

⁴⁰ NATALI, J. B., op. cit., p.49.

⁴¹ SPITSCOVSKY, J., **A queda no interesse pelo noticiário internacional**. Natal: Painel Petrobrás, 2002, p.2.

⁴² Idem, ibidem, p.2.

⁴³ BRASIL, Antônio, **Crise na cobertura internacional**, 2002. In: EL HAJJI, Mohammed, op. cit., p.65.

O noticiário internacional sempre foi bastante forte dentro do Muro de Berlin. O período da Guerra Fria (1949 – 1991), o mundo bipolar, trouxe grande interesse ao jornalismo internacional por parte do público comum. A falta da queda de braço entre as duas grandes potências do pós-guerra, Estados Unidos e União Soviética, abriu uma lacuna nas páginas internacionais e, ao mesmo tempo, expulsou o leitor.

O dilema comunismo-capitalismo era uma problemática que preocupava o cidadão comum. Qualquer variação nessa “guerra” poderia representar mudanças no cotidiano da população. “Havia nas pessoas a percepção de que o noticiário internacional era a maneira pela qual elas poderiam seguir o embate cujo o resultado final teria uma influência nas suas vidas”, segundo Jaime Spitscovsky⁴⁴.

Com o fim deste conflito, as notícias provenientes de fora do país perderam o interesse. Os Estados Unidos passam a dominar o sistema econômico e, com isso, não havia motivos para se “perder” tempo com notícias internacionais. Jaime ainda provoca, “O sistema é capitalista; no plano geopolítico, ele é dominado pelos EUA e, portanto, para que seguir o noticiário internacional?”⁴⁵.

Mas não foi só este o problema gerado pelo fim da bipolarização. Os leitores comuns acompanhavam todos os dias através dos jornais uma luta entre duas forças. Era muito simples explicar o conflito, já que todo o contexto mundial girava em torno disso:

“A forma de ‘leitura’ das pequenas guerras mudou. Não era mais preciso identificar quais eram os aliados dos Estados Unidos ou os aliados da hoje extinta União Soviética. Na América Latina, os movimentos de guerrilha (exceção da Colômbia) sumiram do noticiário porque deixaram de existir como alternativa das esquerdas de se chegar ao poder. (...) Não eram mais assuntos dos jornalistas⁴⁶.”

Desta forma para um leitor comum, que não tenha conhecimentos aprofundados sobre política internacional, torna-se muito mais difícil compreender os fatos. E para os jornalistas, muito mais difícil contextualizar sua matéria. O que

⁴⁴ SPITSCOVSKY, J., op. cit., p.3.

⁴⁵ Idem, Ibidem, p.4.

⁴⁶ NATALI, J. B., op. cit., p.51-52.

antes poderia ser explicado como forças ligadas aos Estados Unidos, ou grupos comunistas, agora é necessário todo um embasamento político-social regional para que o público entenda a notícia. Muitas vezes, estas matérias “pesadas” não atraem o leitor.

Jaime Spitscovsky exemplifica o assunto exemplificando a guerra civil em Angola, que continua e já não é mais possível ler o conflito pela ótica da Guerra Fria. Assim, os jornalistas precisam explicar o conflito angolano como uma questão étnica, uma questão histórica. Isso torna a compreensão e o acompanhamento do noticiário muito mais difícil. O noticiário internacional fica mais complexo e, portanto, menos acessível às pessoas⁴⁷.

4.3. Motivo 2: questão econômica

Todo jornal é uma empresa. Toda empresa necessita de dinheiro para sobreviver e, além dos custos, prevê lucro. Então é claro que a questão econômica é tão importante que qualquer outra. Para João Batista Natali o correspondente é “o jeito mais prestigioso e mais caro de operar com meios próprios nessa forma de cobertura”⁴⁸.

As crises financeiras pelo mundo não só dão manchetes, como derrubam correspondentes. “Você vê o número de correspondentes brasileiros aumentando ou diminuindo conforme as crises cambiais. Voltei de Buenos Aires quando houve a maxidesvalorização do real e todos os correspondentes foram chamados de volta. A Folha tinha correspondentes até em Pequim”, afirma Clóvis Rossi⁴⁹.

“A meu ver, as indústrias de mídia tradicional estão em crise mundial. No Brasil mais ainda. A Rede Globo está super endividada”⁵⁰, na visão de Jair Borin. Já para Natali, “Hoje, a exemplo das principais empresas de mídias, esses jornais

⁴⁷ SPITSCOVSKY, J., op. cit., p.4.

⁴⁸ NATALI, J. B., op. cit., p.49.

⁴⁹ PEREIRA, M. S. G., op. cit., p.92.

⁵⁰ BORIN, J., **A queda no interesse pelo noticiário internacional**. Natal: Painel Petrobrás, 2002, p.7.

enfrentam problemas financeiros. Estão excessivamente endividados. Não é algo que possa mudar em alguns meses ou alguns anos. O problema é crônico”⁵¹.

A crise da dívida externa nos anos 80, com o aumento do preço do petróleo, levou aos primeiros cortes na editoria internacional. Até então o país vivia na era do “milagre econômico” do governo Geisel e, momentaneamente, as finanças dos jornais estavam muito positivas. A Folha mesmo se deu o luxo de ter 15 grandes correspondentes no mundo todo. Eram países como a China, Japão, Espanha, Estados Unidos, França, Argentina e etc...

Em meados dos anos 80, muitos destes jornalistas foram repatriados. O caderno internacional passou a ser feito, quase 100%, dentro da redação, com o uso das agências de notícias. Mesmos os bons momentos da economia, como o Plano Cruzado (1985) e o Plano Real (1994) não duraram o suficiente para que as empresas jornalísticas criassem novamente as grandes equipes de correspondentes pelo mundo afora.

O grande problema é que os jornais recebem as suas receitas em moedas locais (real no caso do Brasil) e têm que lidar com custos em moedas bem mais fortes, como o dólar ou o euro. O correspondente tem que ganhar na moeda do país em que ele está alojado, pois seus gastos estão vinculados àquela moeda. Desta forma, caso o real se desvalorize, os custos do jornal vão lá para cima. Muitas vezes a solução mais viável é chamar de volta o correspondente.

Segundo Clóvis Rossi, na época da desvalorização do real “os salários ficaram 30% mais caros para a empresa, sem que a gente ganhasse 30% a mais. Considerem-se dez correspondentes e o aumento de salário de 30% de cada um: dá uma pilha de dinheiro que o jornal não está disposto a gastar”⁵².

4.4. Motivo 3: fim do regime militar no Brasil

Os dois últimos motivos para a queda no noticiário internacional assolam todo o mundo. Agora este terceiro motivo é especialmente brasileiro. O fim do regime militar causou, sem dúvida nenhuma, um grande impacto para o jornalismo

⁵¹ NATALI, J. B., op. cit., p.56.

⁵² PEREIRA, M. S. G., op. cit., p.92.

internacional. A redemocratização fez com que o jornalismo brasileiro voltasse a olhar para dentro do país – a partir dos anos 80, a política nacional volta a todo vapor, já que os meios de comunicação não sofriam mais represálias ou censuras do governo federal. Isso foi um duro golpe pro espaço e recursos do noticiário internacional.

“Em fins da década de 70, não saia muita matéria de política brasileira. Por causa do regime militar, da censura, você não podia falar muito do Brasil, então falava do mundo”⁵³, segundo Ricardo Kotscho. Já para João Batista Natali, “as editorias de Política internacional despertavam durante o regime militar um interesse inédito junto ao cidadão-leitor. Isso ocorreu sobretudo durante os chamados “anos de chumbo” do governo Médici”⁵⁴.

A ditadura e a economia propícia dos anos 70, explicam, sem dúvida nenhuma, os investimentos feitos na páginas internacionais. E tudo mudou a partir de 1980. Para Natali, a redemocratização do regime brasileiro permitiu que determinados assuntos voltassem a ocupar, em outras editorias, como as de Política ou Cultura, um espaço que no fundo nunca deixou de lhes pertencer, mas que a censura não permitia que fossem pautados de um modo direto e sem limitações de angulação:

Com o retorno à democracia, o jornalismo internacional voltou a ter uma importância menor. Essa importância havia crescido artificialmente em razão da falta de liberdade política, que na segunda metade dos anos 80 já era novamente exercida de acordo com os bons e autênticos padrões democráticos”⁵⁵.

4.5. Saída 1: criatividade nas coberturas

Para esta crise, algumas saídas são apontadas por correspondentes e estudiosos do jornalismo internacional. Para Antônio Brasil, reduzir custos não é necessariamente o fim do jornalismo. Ele diz que é difícil, ou quase impossível, manter o mesmo nível de cobertura para aqueles que convivem com salários e

⁵³ Idem, ibidem, p.93.

⁵⁴ NATALI, J. B., op. cit., p.50.

⁵⁵ Idem, ibidem, p.51.

despesas de embaixadores(os correspondentes). Mesmo assim, Brasil critica os meios, e diz “que buscar novas pautas e tecnologias dentro dos padrões estabelecidos da ética, ou investigar o inusitado, não parece fazer parte de um novo menu de opções para boa parte do segmento internacional”⁵⁶.

Ele ainda prega que uma cobertura não precisa ser necessariamente cara, “mas certamente audaciosa e criativa”⁵⁷. Brasil cita uma pesquisa recente realizada nos Estados Unidos e na Inglaterra que aponta a insatisfação do público quanto a “frieza” e distanciamento impessoal das coberturas homogêneas das agências de notícias:

*A presença do repórter em Bagdá ou em países distantes e desconhecidos como Camboja personaliza a cobertura. Garante qualidade e audiência, mas somente quando as matérias são bem produzidas e fazem conexões com as peculiaridades da cultura nacional.*⁵⁸

Outra saída nos custos de correspondentes é trabalhar com gente jovem e qualificada, que não demande tanto dinheiro como um “figurão” famoso que, com certeza, vai cobrar mais caro pelos seus serviços. Brasil diz que sempre acreditou na cobertura internacional, mas, de preferência, produzido por gente jovem e qualificada. Ele destaca que ser correspondente internacional deveria significar uma vontade muito grande de viajar pelo mundo a qualquer custo e sempre em busca de boas pautas com pouquíssimo dinheiro no bolso, mas muitas idéias na cabeça e com bastante coragem para enfrentar as dificuldades.⁵⁹

4.6. Saída 2: mudanças no modelo atual

O ex-correspondente no Japão, Martinas Suzuki Jr., acredita que para ressuscitar o jornalismo internacional é necessário mudar o modelo, a estrutura do

⁵⁶ BRASIL, A., op. cit., p.65.

⁵⁷ idem, ibidem, p.62.

⁵⁸ idem, ibidem, p.62.

⁵⁹ Idem, ibidem, p.63.

fazer jornalístico. “Acho que o grande problema dos jornais, hoje, é que eles não sabem o que fazer”⁶⁰.

Segundo Suzuki, os jornais dão o que o leitor quer, e que ninguém aposta em um modelo que poderia ser diferente deste atual:

*Vai custar caro manter 5 ou 6 correspondentes lá fora? Vai custar caríssimo, mas talvez seja melhor do que, por exemplo, manter uma editoria de esportes que não está cobrindo quase nada mais porque os jogos se realizam à noite e o jornal fecha às 7 horas da noite.*⁶¹

Suzuki completa explicando que os jornais não vão deixar de dar as notícias esportivas, mas vai ser dado aquilo que for possível dar. Ele ainda mostra que algumas destas informações vão ser passadas ao leitor através de outros meios. “Inclusive porque coisas como os resultados dos jogos, o acompanhamento dos jogos, os leitores vão ter, cada vez mais, via Internet e televisão”⁶².

Esta transformação não é impossível para Suzuki. Ele ainda põe a questão: quem vai ter coragem de sair desse senso comum e tentar “dar um salto” para aquilo que pode ser o futuro do jornalismo impresso? “Minha visão é que, se houver coragem, é possível pensar num modelo deste tipo”⁶³.

4.7. Saída 3: Correspondentes nas Agências de Notícias

Se está cada vez mais difícil os jornais manterem os correspondentes, porque não passar esta “tarefa” para as agências de notícias? Esta idéia que pode parecer maluca, em um primeiro momento, pode ser uma boa saída. A maior parte das críticas que se fazem às grandes agências está na não contextualização de seu material para a realidade local de seus clientes. Ou seja, elas fornecem a

⁶⁰ SUZUKI, M., **A queda no interesse pelo noticiário internacional**. Natal: Painel Petrobrás, 2002, p.9.

⁶¹ Idem, *ibidem*, p.9.

⁶² Idem, *ibidem*, p.9.

⁶³ idem, *ibidem*, p.9.

notícia “nua e crua”, e a maioria dos jornais repassam esta notícia para seus leitores.

Caso estas agências tivessem em seu quadro de funcionários correspondentes de várias nacionalidades, eles poderiam vender matérias muito mais utilizáveis para os meios de comunicações. E para as agências seriam muito mais barato, já que elas possuem filiais em várias partes do mundo, ou seja, já tem uma estrutura montada e seus custos seriam apenas com os salários de mais profissionais.

Quem levanta esta hipótese é Mario Andrada e Silva. “O que eu acho que vai acontecer é que o custo financeiro de manter uma rede de correspondentes fora de um país como, por exemplo, o Brasil tende a se transferir dos jornais para as agências (...) que obviamente vão tentar fazer dinheiro com isso”⁶⁴.

Mas, é claro, que isso terá um preço, mas que com certeza vai ser bem menor que manter um correspondente no exterior. “As agências vão cobrar dos seus clientes por essa visão específica do correspondente. As agências levam uma certa vantagem sobre os jornais porque elas já têm uma estrutura instalada para hospedar esses correspondentes e têm uma estrutura poderosa de entrega das notícias”⁶⁵.

5. Influência das Novas Tecnologias

5.1. Internet e jornalismo internacional

Desde que a internet se popularizou, a partir de 1995, ela tem sido um verdadeiro desafio para a área comunicacional. Ainda pouco estudada, a grande rede acelerou bastante a troca de informações em todo o mundo. Notícias, que

⁶⁴ SILVA, M. A., **A queda no interesse pelo noticiário internacional**. Natal: Painel Petrobrás, 2002, p.7.

⁶⁵ Idem, *Ibidem*, p.7.

demoravam até meses para serem propagadas no começo do jornalismo, agora não gastam mais do que frações de segundos para estarem nos olhos e na mente de todos que possui acesso a rede.

Quando falamos hoje em internet, estamos desprezando as distâncias entre as pessoas e países. Milhares e milhares de quilômetros entre dois países não significa mais nada no contexto de transmissão de informações. Hoje, gasta-se o mesmo tempo para conversar com o vizinho do que com uma pessoa no Japão. O espaço físico desaparece.

É isso que Brenno Sarques estuda em seu trabalho. A relação desta máquina super-poderosa em transmissão de informações e o jornalismo internacional. Para ele, “a internet por sua vez, ao conectar pessoas em rede, derruba barreiras geográficas e psicológicas, estreitando as relações humanas e aumentando a capacidade de solidariedade entre os povos”⁶⁶.

Este estudo é bastante importante para se responder às perguntas: A internet substitui os correspondentes internacionais? A grande rede pode ocupar o espaço do jornalista internacional? É o correspondente uma futura vítima do desemprego tecnológico? Até que ponto a Internet pode influenciar o trabalho de um enviado especial?

Sem dúvidas a Internet foi a grande transformação no jornalismo, no final do século XX. Uma transmissão que pode ser feita em segundos, que invade as casas das pessoas, a um custo relativamente pequeno é o sonho de qualquer empresário na área de comunicação. A web diminuiu a distância temporal entre o fato, o seu registro e divulgação.

Outro benefício grande que esta nova tecnologia traz é a democratização da informação. Todos que tem acesso à rede podem divulgar suas notícias, coberturas e opiniões, de uma forma que fique disponível, sem nenhuma censura, a todas as outras pessoas. É claro que esse acesso global é discutido, uma parcela grande da população ainda não pode navegar pela grande rede por questões financeiras. Mas mesmo assim, a quantidade de usuários que a internet possui hoje já mostra que a comunicação mudou e que as novas possibilidades

⁶⁶ SARQUES, B. A. P., **O impacto da internet nas agências internacionais de notícias**, Monografia de conclusão de curso, Goiânia: UFG/FACOMB, 2005, p.28.

abrem um leque de opções que também mexem, principalmente, na cobertura internacional.

5.1.1. Agências de notícias

Segundo Brenno Sarques, “as agências internacionais detentoras da maior fatia das notícias que circulam pelo mundo, sofrem mudanças e reajustes internos devido ao grande número de possibilidades que a Internet oferece para quem deseje se informar”⁶⁷.

A internet possui um diferencial bastante importante em relação as grandes agências, a pluralidade. Uma pessoa que possui o conhecimento do inglês pode ter acesso aos vários lados da notícia, adaptado as realidades próprias. Já as agências não mudaram sua cara - mesmo com a rede à disposição continuam impondo nas notícias a visão etnocêntrica dos países desenvolvidos. Ou seja, as agências ainda não se adaptaram a nova realidade da grande rede. Buscam mudanças, mas fazem pouco. Talvez por que “ainda restam os tradicionais veículos de massa que ainda precisam das agências para receberem praticamente todas as notícias que vêm de fora”⁶⁸.

Mas a facilidade de acesso à internet começa a gerar um outro tipo de agência, que não tem o mesmo objetivo que as grandes empresas da informação. João Paulo Charleaux, discorre sobre as agências cidadãs, em que o enfoque não sejam as grandes pautas e nem as manchetes fortes, e sim as notícias que tem relevância para os países pobres. “Assuntos que não abalam cúpulas de governo, nem derrubam bolsas de valores, mas são fundamentais na vida de milhões de pessoas”⁶⁹.

Estas agências são na sua maioria ligadas as ONGs internacionais, fundações beneficentes, associações e confederações de todo o tipo. Elas são uma alternativa de encarar a realidade com um enfoque humanitário. Ou seja, enquanto as grandes agências priorizam o capital, as agências cidadãs falam pelo

⁶⁷ Idem, ibidem, p.34.

⁶⁸ Idem, ibidem, p.34.

⁶⁹ CHARLEAUX, J. P., op. cit., p.16.

lado social. Este trabalho só pode ser realizado com o advento da Internet. “A Internet barateou o custo de transmissão, de ligações telefônicas internacionais, do envio de documentos escritos e audiovisuais, além de diminuir drasticamente o tempo entre o fato, relato e divulgação de notícias”⁷⁰.

Desta forma, as agências cidadãs podem competir de uma maneira semelhante com as grandes corporações. Qualquer jornalista, no lugar mais inacessível possível, pode trabalhar com uma boa estrutura, através da Internet. E oferecer um produto diferencial no mercado, que possa interessar aos países mais periféricos, sem o enfoque das grandes potências. E não só em jornal impresso. Com a tecnologia MP3 ou DivX, áudio e vídeo também pode ser produzidos por estas agências e fornecidos para vários meios de comunicação através do mundo.

As agências cidadãs mais representativas são a InterWorld Radio, a Agência Pulsar, Cadernos do Terceiro Mundo e a Andi (Agência de Notícias dos direitos da infância).

Mesmo com grandes vantagens que a Internet pode trazer as agências, sejam elas as grandes corporações, ou as agências cidadãs, também é indiscutível que traz grandes problemas. Tânia Menai, correspondente da revista *Veja* em Nova Iorque, lembra que “a Internet quebrou muitas agências, já que ficou mais complicado garantir que o material fosse usado sem permissão. (...) as informações estão liberadas e, se não houver um fator muito diferenciador de reportagem, as agências pequenas não sobreviverão”⁷¹.

A Internet é um serviço que soma e que cria possibilidades. Não substituem as agências de notícias e não preenchem o espaço delas. Para Bruno Casotti, redator de *O Globo*, a internet veio para enriquecer as fontes de informações, que passaram a ser mais numerosas, mas que os jornais continuam dependendo das agências de notícias⁷².

5.1.2. Correspondentes internacionais

⁷⁰ SARQUES, B. A. P., op. cit., p.38.

⁷¹ Idem, ibidem, p.42.

⁷² Idem, ibidem, p.45.

A internet pode ser uma saída para os correspondentes internacionais. Com o aumento da globalização a notícia já não é o fundamental, como era no início do jornalismo, mas a sua interpretação. As informações são transmitidas hoje na velocidade do pensamento. A notícia, nu e crua, que é o que normalmente as agências fornecem, já não é novidade alguma dentro de uma super rede. O importante agora fica sendo o direcionamento e a interpretação que é dada pelos jornalistas.

Para Tânia Menai, “a falta de correspondentes no mundo, e a centralização das notícias apenas pelas agências internacionais torna a notícia pasteurizada”⁷³. Desta forma é notável a necessidade de transformação do trabalho das agências, pois com a Internet se torna pequeno o espaço para este tipo de notícia, sem apontamentos. Segundo Brenno Sarques, o correspondente internacional é o agente capaz de mostrar as semelhanças e diferenças culturais dos povos em relação àqueles que o lêem, para a busca do entendimento e cooperação internacionais, para o fim dos conflitos étnicos, religiosos ou de qualquer sorte que possa ocorrer.⁷⁴

Desta forma o correspondente tem a sua importância mesmo em um mundo onde as informações são passadas em questões de segundos. Sarques inclusive nota, em sua pesquisa, o aumento do número de correspondente internacionais da mídia online. Segundo ele, o internauta é responsável pelo aumento de correspondentes internacionais que trabalham para a mídia online porque este é o meio de maior exigibilidade existente hoje. Sarques ainda diz que a diminuição da dependência dos jornais em relação às agências internacionais já pode ser sentida por quem trabalha na área e quer desenvolver um trabalho de pesquisa e contextualização diferenciadas⁷⁵.

Para a definição do espaço do jornalista internacional, é muito importante esta última análise - a Internet cria uma diminuição da dependência entre mídia e agência. As notícias das agências já não são suficientes, para uma pessoa que tem acesso às fontes e, assim, pode verificar a abordagem da informação que

⁷³ Idem, ibidem, p.44.

⁷⁴ Idem, ibidem, p.51.

⁷⁵ Idem, ibidem, p.50.

lhes é divulgada. Mesmo assim, Bruno Casotti não acha que houve aumento no número de correspondentes em jornal impresso, e fala que provavelmente houve uma diminuição. Assim, talvez os correspondentes podem estar migrando para a Internet, onde este espaço já não se suporta apenas com as agências, caso diferente para os jornais impressos⁷⁶.

6. Conclusões

6.1. Visão panorâmica

Qual deveria ser o espaço do jornalista internacional? A redação, usando materiais das agências, ou o outro país, acompanhando lado-a-lado os fatos? Qual é o espaço que o jornalista deve ocupar hoje, e quais os motivos pelo qual não ocupa? Estas foram às perguntas que motivaram este trabalho.

Depois de tudo que foi apresentado, elas podem ser respondidas por meio da apresentação de um simples tripé. Não há apenas um espaço que o jornalista internacional possa ocupar. Existem três campos de fundamental importância para

⁷⁶ Idem, ibidem, p.43.

que este tipo de jornalista esteja. E, com isso, existem também três fontes que vão determinar a qualidade do material internacional produzido no jornal impresso.

O primeiro campo é as agências de notícias. Um jornalista, com interesse e formação para a área internacional, pode muito bem trabalhar como correspondente e repórter de uma agência de notícia. Esse tipo de trabalho é extremamente necessário. Desta forma, toda redação de jornal precisa ter a assinatura de, pelo menos, uma grande agência de notícia. Sem elas não se faz um bom jornalismo internacional. O motivo disso é a abrangência na cobertura e a rapidez de divulgação das notícias. Sem o serviço de uma agência, o jornal com certeza vai ficar perdido em um, literalmente, mundo de informações.

O segundo campo é o trabalho de redação. As novas possibilidades, como a Internet, e as outras formas que a tecnologia trouxe para facilitar a comunicação, abriu um leque de oportunidades para o jornalista internacional que esteja nas redações. Ter profissionais “dentro de casa” é necessário, mesmo no jornalismo internacional. É lá que vai ser o centro das informações, aonde tudo vai ser montado, e criado o produto final. Um jornalista na redação pode acessar rapidamente várias fontes de informações (Internet, agências, correspondentes), além de poder ir atrás de entrevistados e analistas por telefone, ou até mesmo por meio da grande rede.

O terceiro campo é o correspondente ou o enviado especial. Nada substitui o olhar de uma pessoa diante do fato. O jornalista presente ao local do acontecimento é imprescindível no bom desempenho de uma editoria internacional. É ele que vai conseguir fazer um texto fora dos padrões das agências internacionais, que vai conseguir adaptar o fato a realidade de seu país de origem. As agências têm abrangência e rapidez, mas isso lhe custa a identificação cultural, além de não conseguir sair de um padrão, que o correspondente pode fugir tranquilamente. O texto de um correspondente pulsa, transmite não só informações, mas também emoções. Transporta o leitor a realidade local. Faz com que seu público se interesse por aquele assunto tratado, pois aproxima o mundo de seu cotidiano. Desta forma não se faz um bom jornalismo internacional sem correspondentes ou enviados especiais.

As novas tecnologias, como a internet, também não substituem os correspondentes. Ela é uma ferramenta poderosa que pode ser usada como aliado de um jornalista internacional trabalhando *in loco*. A idéia de que algum jornalista estrangeiro poderia mandar notícias via web e, assim, dispensar que um brasileiro vá ao local e escreva o seu texto, é totalmente ultrapassada. O fator cultural é o responsável por se ter várias visões, dependendo da nacionalidade do jornalista. Assim, nada substitui um olhar brasileiro para os brasileiros.

A qualidade de um texto feito por um correspondente *in loco* é muito maior do que um que só usa as agências internacionais de notícias. Isso pôde ser analisado no estudo de caso em anexo. Por mais que se tente, não é possível igualar a qualidade entre estes dois tipos de textos.

6.2. Cenário local: O Popular

Em Goiânia, o jornal *O Popular* faz uma boa cobertura internacional sem correspondentes. Mas esse trabalho é bastante inconstante por causa disso. Quando os jornalistas que estão na redação conseguem falar com alguém que está no local da notícia, o caderno ganha outra cara, outra qualidade. Do outro lado, quando não se consegue este contato as páginas ficam pobres. É justamente a falta do correspondente que faz isso ocorrer. O “tripé” do bom jornalismo internacional só “fica de pé” quando está completo. Se faltar uma “perna” a qualidade cai. É isso que ocorre com redações que não possui as três bases de sustentação.

A jornalista Nubya Sirqueira, editora do caderno *Mundo*, de *O Popular*, explica que um jornal regional não tem estrutura para manter uma rede de correspondentes pelo mundo. Desta forma, para sair da mesmice das agências internacionais, eles buscam fontes e analistas, através da Internet e por telefone da redação, além de contextualizar as notícias para a realidade do público goianiense.

“O jornal não tem correspondentes no exterior e por isso recorre ao sistema de agências. Desta forma, a informação chega padronizada. O que a gente tenta é

fugir disso. Não é sempre que a gente consegue, porque não temos o correspondente lá. A história seria diferente, caso tivéssemos um correspondente nos Estados Unidos e na Europa, como a Globo tem”, explica Nubya.

Ela ainda ressalta a importância das novas tecnologias neste trabalho. “De uns 4 ou 5 anos para cá a editoria se reformulou, devido às novas possibilidades que a Internet propiciou. A editoria ficou mais dinâmica.”, explica. Segundo ela, a Internet é uma ferramenta muito boa tanto para pesquisa de informações quanto para achar fontes. “No caso do jornalismo internacional, as fontes raramente estão aqui no Brasil. Desta forma, a gente tenta buscá-las lá fora, deixando as fontes brasileiras mais para análise.”, conta.

Nubya Sirqueira fala que o jornal prima por seu contexto regionalista. “Apesar das coisas estarem acontecendo em outros países, a gente procura contextualizar para que a informação fique mais próxima dos nossos leitores. Se acontece algum evento, como o furacão Rita, por exemplo, vamos procurar algum goiano que esteve lá, que sofreu com os ventos fortes.”, diz a editora.

Mesmo com as dificuldades, Nubya acredita que o jornal possa buscar meios para apresentar ao seu leitor um produto diferencial. Ela cita o caso do brasileiro morto em Londres pela polícia britânica. “No caso da morte do brasileiro Jean Charles, morto no metrô de Londres pela polícia britânica por ser confundido com um terrorista, nós contatamos uma jornalista amiga nossa e pedimos para ela cobrir os trabalhos de três diplomatas que o governo brasileiro mandou para acompanhar a investigação. Neste caso nós conseguimos um material só nosso. Foi como se a gente tivesse um correspondente lá.”, revela.

Quando não é possível ter pessoas que possam estar no local do evento, a equipe de *O Popular* tenta conseguir entrevistas por telefone. “Ainda no caso do Jean Charles, a gente conseguiu contatar um dos diplomatas lá em Londres. Fomos ligando de pessoa em pessoa até conseguir o número do hotel dele. A Fabrícia Hamu, sub-editora, conseguiu falar com ele, mas como era de madrugada ele foi grosseiro, até xingou ela. No outro dia nós conseguimos falar com ele, já estava mais calmo.”, conta Nubya. “Entrevistas daqui a gente faz

muito. Não é fácil, mas geralmente a gente consegue. E quando consegue é muito bom.”, complementa.

O jornal *O Popular* nunca teve correspondentes espalhados pelo mundo. Segundo Nubya Sirqueira, o impedimento é mesmo financeiro. “*O Popular* é um jornal que valoriza a região, por ter o mercado que ele tem. Mas não é que nós não queiramos concorrer com os grandes jornais brasileiros, é que as estruturas são diferentes. Se nós não quiséssemos ser tão bom quanto uma *A Folha de São Paulo*, então nós não iríamos atrás de diferenciais, ficaríamos com o texto das agências mesmo.”, explica.

Mesmo tendo toda uma estratégia alternativa de produção, Nubya não despreza o trabalho de um correspondente. Questionada se a qualidade de um texto feito por correspondente é igual a de uma agência de notícias, ela é enfática a responder: “Ah, é outra! Sem dúvida nenhuma é outra!”

Ela ainda fala das facilidades que seria ter um correspondente em alerta, pronto para fazer alguma pauta especial para o jornal. “Se eu tivesse um correspondente em Nova Iorque, poderia mandá-lo para checar alguma notícia de interesse próprio dos goianos.”, analisa. Voltando para a realidade, ela acha que a forma como o jornal pratica o jornalismo internacional é uma boa alternativa. “Como jornal não tem condições de manter um profissional lá, a gente tenta fazer da forma que dá.”, diz.

Nubya não concorda com o fato de que o jornalismo internacional esteja passando por uma crise. Isso pelo menos analisando o caso de *O Popular*. “Nós temos bastante retorno, como cartas, e-mails, telefonemas, que avaliam o nosso trabalho. Você vê hoje muito mais jovens interessados em saber o que ocorre com o mundo do que anteriormente. Não sei qual é o panorama em outros jornais, mas aqui eu sinto isso.”, opina.

Mesmo com as novas tecnologias, ela acha que ainda há espaço para o jornalista “romântico”, que acompanha as notícias de perto. “Para isso precisa mesmo é de vontade, do dom, de você ver aquilo acontecer, e daquilo te empolgar a cobrir. Isto é para quem gosta de fazer.”, reflete.

As agências também têm seu ponto positivo. Para Nubya Sirqueira, o fato das agências informarem o que está ocorrendo na velocidade que fazem é uma coisa muito boa. Além disso, o texto que elas fornecem é bastante elaborado. “As agências são bastante profissionais”, diz.

A sub-editora, Fabrícia Hamu, também concorda que há vantagens nas agências, mas que o trabalho do correspondente é ainda muito importante. “As agências complementam o trabalho dos correspondentes internacionais. As vezes por causa da estrutura, um correspondente não pode apurar todas as informações, conversar com todo mundo. O correspondente ajuda a refinar a matéria. As agências, por serem maiores, têm mais chances de apurar um volume maior de informações. O ideal é contar com dois.”, opina.

6.3. Cenário nacional: grande mídia

O repórter especial de *O Estado de São Paulo*, Lourival Sant’anna, diz que infelizmente só a grande mídia é capaz hoje de manter correspondentes no exterior. Segundo ele, é muito caro manter um jornalista em outro país e que apenas os grandes conseguem isso.

Sobre a qualidade jornalismo internacional realizado atualmente, ele acha que primeiro devemos distinguir o trabalho realizado aqui e no exterior. “Na imprensa brasileira, está cada vez mais pobre, porque as revistas semanais já não fazem coberturas internacionais. Restaram o *Estado*, a *Folha* e, em menor medida, o *Globo*. A *TV Globo*. O Serviço Brasileiro da *BBC*. E acho que é só”, comenta. Já no exterior, Lourival acredita que tem sido mantida a qualidade. “O resto, é muito esporádico. Os grandes jornais, como *NYT*, *Washington Post*, os alemães, ingleses, continuam fazendo excelentes coberturas”, diz.

Lourival Sant’anna é enfático ao responder se uma agência de notícia substitui o trabalho de um correspondente. “Claro que não. As agências devem ser vistas como uma matéria-prima, não como produto final. Elas servem de orientação sobre o que está acontecendo, mas é preciso ir até lá para ter uma

visão compatível com o olhar do leitor do nosso jornal e com os interesses brasileiros”, analisa.

Ele ainda fala sobre o papel que um correspondente, ou enviado especial, tem que ter. A seu ver, “o correspondente ou enviado especial é como um amigo que está mandando uma carta de longe, que tem um compromisso de fidelidade, de precisão, e de sensibilidade para com o destinatário da carta, que é o leitor do jornal”, declara. Lourival fala que o medo da morte é o maior que um correspondente pode ter: “Há sempre alguém nos esperando e uma matéria não vale uma vida.”

Na sua opinião, em Goiás, não há jornalismo internacional. “Não existe (jornalismo internacional em Goiás). Aliás, há muito pouco jornalismo no Estado de Goiás. A influência econômica e política impossibilitam um ambiente de liberdade e independência, sem o qual não existe jornalismo de verdade”, diz.

O fator econômico é realmente o maior empecilho do jornalismo internacional, na opinião de Lourival Sant’anna. “Reportagem internacional é algo caro. Você vende publicidade em reais e gasta em dólares nessas viagens. É preciso ter muita saúde financeira para isso. Infelizmente, só grandes veículos podem fazê-lo. (...) Sei que o dólar, neste momento, não está tão caro, mas ainda assim é um investimento muito alto”, analisa.

Lourival Sant’anna termina falando que ainda existe espaço para o jornalismo internacional feito com correspondentes, ou seja, da forma romântica de se criar notícias. Aliás, sem romantismo, também não há jornalismo. Enquanto houver gente no mundo, haverá curiosidade sobre o que está se passando noutros lugares. Acho que sempre haverá espaço para isso”, conclui.

Desta forma, agência, jornalista na redação e correspondente são necessários para uma boa cobertura internacional. Os “últimos românticos” como são chamados os repórteres expatriados, não se tornaram dispensáveis e nem vão se tornar. Isso confirma totalmente a hipótese deste trabalho.

Mesmo que seja apenas nos grande meios, como diz Lourival, ainda há espaço no jornalismo para os repórteres que sonham viajar pelo mundo e cobrir os principais acontecimentos, assim como o repórter Tintin, personagem criado por

cartunista belga Hergé, e citado pelo jornalista Pedro Bial⁷⁷. Apesar de tudo, esse “complexo de Tintin” é reservado a apenas um grupo seletivo de jornalistas que possuem certa aptidão e qualidades básicas para o serviço, que apesar de apaixonante, pode ser muito solitário e desgastante.

7. Bibliografia

7.1 Livros e textos

ARBEX JR., José. **O jornalismo canalha**. São Paulo: Casa Amarela, 2003.

BIAL, Pedro. **Crônicas de repórter**: o correspondente internacional conta tudo o que não se diz “no ar”. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996.

⁷⁷ BIAL, Pedro. **Crônicas de repórter**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1996, p.20.

- BRASIL, Antônio. **Crise na cobertura internacional**, 2002. IN: EL HAJJI, Mohammed. **Jornalismo internacional: sistemas internacionais de informação**, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Apostila 2005.1, 2005. p.
- BRASIL, Antônio. **O fim de uma era: correspondentes internacionais da TV Globo**. 2003. IN: EL HAJJI, Mohammed. op.cit. p.
- CHARLEAUX, João Pedro. **Olhai (direito) pra nós!: jornalismo internacional alternativo**, 2001. IN: EL HAJJI, Mohammed. op. cit. p.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- HOHENBERG, John. **Os atacadistas de notícias: agências internacionais de notícias**, 1981. IN: EL HAJJI, Mohammed. op. cit. p.
- KUHN, Adriana. **A história dos correspondentes brasileiros de guerra e sua relação com o poder estatal e militar**, 2005. Projeto de Pesquisa, Porto Alegre: PUC/RS, 2005.
- LOS MONTEIROS, Guillermo García Espinosa de. **Jornalismo internacional, correspondentes e testemunhos sobre o exterior**, 1998. IN: EL HAJJI, Mohammed. op. cit. p.
- MELO, José Marques de. **História social da imprensa: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- MENDONÇA, L. M. N.; ROCHA, C. R. R.; GOMES, S. H. A. **Guia para apresentação de trabalhos acadêmicos na UFG**. Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2005.
- MESQUITA, Cristiana. **Cobertura internacional é para gente grande**. 2002. IN: EL HAJJI, Mohammed. op. cit., p.
- NATALI, João Batista. **Jornalismo internacional**. São Paulo: Contexto, 2004.
- PEREIRA, Marcelle Santana Gonçalves. **Os últimos românticos: sobre correspondentes da imprensa brasileira no exterior**. Monografia (TCC), Niterói: lacs, 2001.
- ROSSI, Clóvis. **A batalha no mundo: fluxo de informação e pauta de internacional**. 1980. IN: EL HAJJI, Mohammed. op. cit., p.

_____ **Enviado especial: 25 anos ao redor do mundo.** São Paulo: Senac, 1999.

SARQUES, Brenno Alves Pereira. **O Impacto da internet nas agências internacionais de notícias.** Monografia (TCC). Goiânia: UFG/FACOMB, 2005.

SANT'ANNA, Lourival. **Viagem ao mundo dos taleban.** São Paulo: Geração Editorial, 2002.

SPITSCOVSKY, J.; SILVA, M. A.; SUZUKI JR., M.; BORIN, J. **A queda no interesse pelo noticiário internacional.** Natal: Painel Petrobrás. 2002.

UTZERI, Fritz. **Do outro lado do mundo.** 1989. IN: EL HAJJI, Mohammed; op. cit., p.

7.2 Web sites

Sites sobre Paul Reuter - <http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/Jreuter.htm>

<http://www.connected-earth.com/Galleries/Pioneersandpersonalities/R/Reuter/>

Sites sobre Charles-Louis Havas - <http://www.ketupa.net/havas.htm>

<http://www.udem.edu.mx/agencia/historia/personajes/havas/>

Reuters History, oficial web site – www.reuters.com/

AP History, oficial web site – www.ap.com/

UPI History, oficial web site – www.upi.com/

AFP History, oficial web site – www.afp.com/

EFE History, oficial web site – www.efe.com/

Ansa History, oficial web site – www.ansa.it/

DPA History, oficial web site – www.dpa.com/

ITAR-TASS, oficial web site – www.itar-tass.com/

XinhuaNET, oficial web site – www.xinhuanet.com/

Site oficial do repórter Lourival Sant'anna - www.lourivalsantanna.com/

Anexo

1. Análise comparativa entre a cobertura de *A Folha de São Paulo* e de *O Popular* na morte do papa João Paulo II

Esta análise tem como objetivo comparar a qualidade de textos produzidos por correspondentes com outros escritos tomando como base apenas as agências de notícias. É importante fazer tal estudo, pois caso não houver diferenças na

qualidade dos textos, a hipótese de que as agências não substituem os correspondentes pode ser desconsiderada.

O período escolhido foi do dia 01 de abril ao 05 de abril de 2005, tendo como assunto alvo a morte do papa João Paulo II. O jornal *Folha de São Paulo* mandou seu correspondente Clóvis Rossi para a Cidade do Vaticano. Já *O Popular* trabalhou sem correspondentes, apenas com as agências e tentando, paralelamente, trazer alguns diferenciais para o leitor goiano.

1.2. 01 de abril de 2005

A primeira edição a ser analisada é a do primeiro dia de abril, pois foi quando a saúde do papa João Paulo II começou a ruir de vez, tornando um caso irreversível. O jornal *O Popular* apresentou 4 matérias, dentre principais e correlatas, todas elas usando agência nacionais, a Agência Estado ou Folhapress. Já a *Folha de São Paulo* divulgou 2 matérias e uma entrevista. As matérias foram baseadas em agências internacionais, e a entrevista foi feita por jornalista da própria empresa, do Brasil.

1.2.1. *O Popular*

O jornal *O Popular* apresentou em seu destaque principal, que inclusive foi a manchete do jornal, a matéria nomeada “Saúde do papa se agrava”. Foi uma junção dos textos da *Agência Estado* e da *Folhapress*, onde conta a queda na saúde do pontífice, ocorrida nas últimas horas. Na mesma edição houve um texto sobre o clima de pessimismo entre as autoridades do Vaticano, outro sobre a provável não-renúncia de João Paulo II, além de uma matéria dizendo que o turco Ali Agca teve ajuda de dentro do Vaticano, no atentado que feriu o papa há algumas décadas atrás.

1.2.2. *Folha de São Paulo*

A Folha de São Paulo também deu destaque principal na saúde agravada de João Paulo II. A outra matéria ficou por conta do turco Ali Agca. A diferença dos dois jornais foi a entrevista que a Folha fez com o correspondente da revista “National Catholic Repórter”, John L. Allen, realizada na redação do jornal pelo repórter João Batista Natali. Neste dia não houve matérias de correspondentes.

1.3. 02 de abril de 2005

Os jornais ficaram até o último minuto do dia primeiro mas não conseguiram estampar em suas manchetes a morte do pontífice, já no dia 02. Mas ambos já apresentaram a situação como irreversível. Desta forma, neste dia, os caderno internacionais deram destaque, além do quadro clínico de João Paulo II, o trabalho do papa, durante sua vida, além da inevitável sucessão.

O jornal *O Popular* apresentou 4 matérias principais, além de 10 correlatas. Três matérias foram feitas com o uso de agências, nacionais e internacionais, e uma foi realizada em Goiânia, com repórteres locais. Na cobertura da Folha, entra a presença do enviado especial Clóvis Rossi, que mandou um texto. Outras 3 matérias foram feitas com base nas agências, além de 2 textos realizados pelas suas sucursais dentro do Brasil. Além disso, houve uma análise feita por um especialista que falou sobre a sucessão do papa.

1.3.1. – *O Popular*

As 3 matérias feitas tendo base as agências de notícias foram: “O papa já vê e toca o senhor”, sobre o quadro irreversível do pontífice, “Oração se intensifica pelo país”, mostrando como que o Brasil estava vendo o episódio, “Vaticanistas indicam três tendências para a sucessão”, sobre os mais cotados no futuro conclave.

O diferencial do jornal foi o toque regional, já que a matéria “Tristeza e emoção em Goiânia” apontou como o sofrimento do papa estava abalando a vida do goianiense. Além disso, houve duas correlatas, uma sobre a corrida da

população de Goiânia atrás do livro escrito por João Paulo II, e uma entrevista com o polonês Dom João Wilk, bispo da cidade de Anápolis-GO

1.3.2. – *Folha de São Paulo*

Durante toda a cobertura da morte do papa João Paulo II pela *Folha*, Clóvis Rossi foi o enviado especial. Ele começou a mandar seus textos no dia 02, mostrando como foi o dia no Vaticano. De uma forma literária e marcante, Rossi escreve seu envolvente texto, não deixando escapar nenhum detalhe. O texto mostra um grande diferencial de um jornalista presente no local do fato – conseguir retratar a realidade em palavras que podem envolver o leitor. Muito mais que informar, o texto do enviado especial da *Folha* transporta o leitor para às portas da basílica de São Pedro e impregna-o de emoção e ansiedade que o evento passou aos presentes no local. Informar foi apenas um detalhe.

Outra matéria da *Folha* foi sobre a secretária de Estado dos Estados Unidos, Condoleezza Rice, que destacou a ajuda do papa na queda do muro de Berlim. Esta matéria foi baseada em agências internacionais, mas teve a ajuda de três correspondentes – Fabiano Maisonnave, de Washington, Silvana Arantes, de Buenos Aires, e Pedro Dias Leite, de Nova Iorque. As agências ainda estiveram presentes em um outro texto que falou sobre como muçulmanos e judeus se uniram em torno do papa.

A cobertura do jornal paulistano ainda destacou a repercussão dentro do Brasil, com trabalho de suas sucursais, de Brasília, que mostrou uma matéria com o cardeal brasileiro dom Cláudio Hummes, e do Rio, sobre as ações dos fiéis pelo país. Houve ainda uma análise do professor Paulo Daniel Farah, sobre a sucessão na igreja católica.

1.4. 03 de abril de 2005

Este foi o grande dia esperado pelos jornais, a morte de João Paulo II foi, enfim, divulgada. O *Popular* trouxe quatro matérias e seis correlatas. Todas elas

baseadas em agências, exceto as reportagens locais e uma matéria com um especialista estadunidense. Já a *Folha* apresentou 3 matérias de seu enviado especial, Clóvis Rossi, além de 2 de sua correspondente na Argentina, Silvana Arantes. Houve uma outra matéria oriunda das agências internacionais, e uma matéria aqui no Brasil.

1.4.1. *O Popular*

O jornal *O Popular* manteve as agências de notícias como principais fontes para as matérias centrais. Texto factual sobre a morte de João Paulo II, repercussão no Brasil, sucessão, e a polêmica de onde o papa seria enterrado foram os pontos principais da edição.

Destaques para os diferenciais, como um texto sobre a repercussão da morte do pontífice na comunidade católica de Goiânia e uma matéria mostrando o sofrimento de Boleslaw Daroszewski, primo em primeiro grau do papa que vive em Araguatins, no Tocantins. Outra matéria exclusiva foi sobre as chances latinas na sucessão papal, que a repórter Fabrícia Hamu fez, por telefone, com o professor de História e Estudos Religiosos da Universidade da Virgínia, Gerald Fogarty.

1.4.2. *Folha de São Paulo*

Na *Folha de São Paulo*, o destaque principal foram os 3 textos de Clóvis Rossi, enviado especial a Roma. O primeiro factual, intitulado “João Paulo 2º., 84, está morto”. Um texto totalmente descritivo, sem a emoção do dia anterior, se apegando mais as informações e aos detalhes. Um deles, foi sobre um grupo de jovens que cantaram aos pés da Basílica de São Pedro e que, segundo o assessor de João Paulo II, o próprio papa teria dado resposta aos cânticos. Mais uma vez foi um raio-x do dia no Vaticano, aos olhos de quem estava lá perto.

Outro texto foi uma análise dos jornais italianos que já faziam listas de papáveis. O cardeal brasileiro dom Cláudio Hummes estava entre os favoritos a sucessão do papa. A análise da imprensa local é mais um diferencial que o

enviado especial pode trazer ao leitor. Rossi terminou sua participação escrevendo sobre a segurança que os cardeais iriam ter no conclave, para que nenhum aparelho de gravação pudesse arquivar as conversas dos religiosos durante a eleição do novo papa.

Silvana Arantes, correspondente em Buenos Aires, trouxe dois textos sobre um livro que revelava a participação do cardeal argentino, dom Jorge Bergoglio, na prisão de dois padres durante a ditadura. Ele estava sendo apontado com um dos possíveis sucessores de João Paulo II.

A edição da *Folha* ainda contou com material das agências, que mostrou como foi a repercussão da morte do papa no resto do mundo, e trouxe também uma notícia local, sobre os mais de 20 mil fieis que rezaram por João Paulo II na cidade paulista de Aparecida, no santuário católico de Nossa Senhora Aparecida.

1.5. 04 de abril de 2005

No dia 04, *O Popular* apresentou 4 matérias e 5 correlatas. Já a *Folha de São Paulo* divulgou um verdadeiro bombardeio de notícias. Foram 20 textos, entre enviados por correspondentes, feitos por agências internacionais, análises e reportagens local.

1.5.1. *O Popular*

A manchete do caderno internacional de *O Popular* foi sobre as regras fúnebres que foram rompidas pelo Vaticano, ao permitir que a imprensa tirasse fotos do corpo de João Paulo II. O jornal ainda trouxe matérias sobre a sucessão, além de mostrar como a Polônia vivia a morte de seu conterrâneo. Tudo isso com o uso das agências de notícias.

Os destaques foi um texto de reportagem local sobre a missa que reuniu fiéis na catedral de Goiânia, além de uma reportagem de Fabrícia Hamu falando sobre os favoritos a sucessão, com a opinião do vigário episcopal da comunicação

da Arquidiocese de Goiânia, Rafael Vieira Silva, que desembarcou em Roma no dia anterior.

1.5.2. *Folha de São Paulo*

Neste dia, o maior destaque migrou para o funeral do papa. Neste momento o enviado especial e o correspondente passam a ter uma importância fundamental. Pois milhares de pessoas se aglutinaram em Roma para poder acompanhar o enterro de João Paulo II. Pessoas de diversas origens e nacionalidades. Desta forma é muito importante ouvi-las para que o leitor brasileiro tenha noção de que está pensando as pessoas de outras nacionalidades, e até de outras religiões.

O texto principal do jornal é de Clóvis Rossi. Ele retrata como foi o dia depois da morte do papa, a missa rezada na Basílica de São Pedro, celebrada pelo cardeal italiano Angelo Sodano. Isso temperado por suas impressões, e detalhes, que só um correspondente no local pode trazer. Outro texto de Clóvis foi sobre a estrutura que Roma estava montando, esperando receber cerca de 2 milhões de fiéis. Numa de suas citações, Rossi fala que a cidade pode arrumar acomodações na *Feira de Roma*, e completa – explica que essa feira, na verdade, é uma espécie de *Anhambi* local. Esse tipo de explicação é mais uma vantagem do correspondente, pois consegue situar o leitor em uma realidade que não é a dele.

A edição também trouxe um texto de Ricardo Feltrin, enviado especial a Roma pela *Folha Online*. Ele escreveu sobre os jovens que chegavam ao Vaticano esperando ver o corpo do papa.

Nas outras matérias destacaram-se o assunto sobre sucessão, as causas da morte de João Paulo II, reportagens locais, e muitas análises e entrevistas. Michel Gawedo, de Jerusalém, e Rozane Monteiro de Wadowice, escreveram sobre a repercussão do fato em Israel e na Polônia, respectivamente.

1.6. 05 de abril de 2005

Os destaques em todos os jornais ficaram por conta do dia do funeral, que ficou acertado para sexta-feira, 08 de abril de 2005. *O Popular* trouxe 3 matérias e mais 6 correlatas. Já a *Folha de São Paulo* fechou um caderno de 8 folhas, com 18 matérias, entre principais e correlatas.

1.6.1. *O Popular*

Os destaques da edição de *O Popular* ficaram por conta, além da escolha da data do funeral do papa, no tempo que os fiéis precisavam investir na fila para ver o corpo de João Paulo II. A sucessão também foi destaque no caderno internacional.

Os textos que não ficaram apenas com as agências foram três. Sobre a espera na fila do velório, a repórter Fabrícia Hamu falou com o diretor do programa brasileiro da *Rádio do Vaticano*, padre Mauro Zequin Custodio, que passou os detalhes da situação. Além disso ele falou também, em uma outra matéria, sobre a cobertura jornalística do evento no Vaticano, que superou as expectativas.

Fabrícia Hamu também fez uma entrevista, por telefone, com o teólogo Leonardo Boff, que estava em sua casa, em Petrópolis-RJ.

1.6.2. *Folha de São Paulo*

A cobertura da *Folha de São Paulo* teve como destaque principal o texto de Clóvis Rossi, contando o dia no Vaticano e a escolha de sexta-feira como data para o sepultamento de João Paulo II. Mais uma vez foi um texto descritivo, que se pegou nos detalhes proporcionado pelos milhares de fiéis que acompanhavam o velório do pontífice. Rossi também escreveu sobre a mídia, que se aglomerava cada vez mais no Vaticano.

Silvana Arantes participou da edição, mais uma vez, trazendo as notícias da Argentina em relação ao episódio. Ela escreveu sobre o papável argentino que rezou pelo papa.

Outros temas da edição foram, novamente, a eleição do novo papa, viagens de chefes de estados para o Vaticano, como o presidente Lula e o príncipe Charles. Ricardo Feltrin, enviado da *Folha Online*, escreveu duas pequenas matérias sobre os cânticos, que marcaram a última homenagem ao papa, além de um incidente criado pelo grupo *Queen*. Exclusividades de quem tem um correspondente no local.