

## **As Agências de Notícias como Fonte de Informação no Jornal Último Segundo<sup>1</sup>**

Gisele Flor – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - Campus Arcos<sup>2</sup>

Filomena Maria Avelina Bomfim - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais-  
Campus Arcos<sup>3</sup>

### **Resumo:**

O artigo visa analisar como o jornal Último Segundo utiliza as agências de notícias como fonte de informação. O principal objetivo deste estudo é verificar se os conteúdos jornalísticos do Último Segundo são provenientes apenas de agências de notícias e o papel do jornalista no jornalismo praticado em tempo real. Cumpre considerar a importância das escolas de jornalismo inserirem em suas matrizes curriculares uma disciplina sobre jornalismo digital, para que os futuros profissionais conheçam as potencialidades das redes digitais e saibam escrever para este veículo. Outra questão a ser analisada é se as informações provenientes das agências de notícias levam o leitor/usuário a buscar mais informações sobre um determinado assunto.

**Palavras-chaves:** jornalismo on-line; agências de notícias; fonte de informação.

### **Introdução**

O artigo pretende enfatizar as transformações ocorridas no campo da comunicação social, especificamente no jornalismo, com a criação das redes telemáticas. Tendo em vista que a Internet e a web estão sendo utilizadas como novos suportes midiáticos. É de interesse para a área da comunicação social e para o campo do jornalismo realizar pesquisas que analisem as potencialidades do ambiente telemático, na perspectiva de que as práticas jornalísticas neste novo cenário, não signifiquem apenas a transposição das informações da mídia tradicional, mas uma complementação entre as mídias de massa e as redes

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XV Endocom – Encontro de Informação em Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduada do 7º período de Comunicação Social – Jornalismo, [giseleflor@gmail.com](mailto:giseleflor@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora Doutora em Comunicação e Cultura na UFRJ, [myosha@pucminas.br](mailto:myosha@pucminas.br)

telemáticas. Desta forma, o artigo busca compreender como as redes digitais vêm modificando a produção e a distribuição do fluxo de informação.

O estudo visa analisar especificamente a produção jornalística em tempo real do jornal Último Segundo, tendo em vista que este foi o primeiro veículo jornalístico brasileiro a ter sua versão criada especificamente para ser veiculada na web e a trabalhar com o conceito de tempo real, ou seja, a *atualização das matérias disponibilizadas on-line* (FONSECA, 2002). O estudo se mostra importante uma vez que segundo Luciana Moherdauí (2000) a produção e a edição de notícias on-line trazem uma mudança nas técnicas jornalísticas. Os profissionais já não escrevem para o jornal de papel que se lê algumas horas depois, a informação que produzem é divulgada em tempo real, no momento mesmo dos acontecimentos, exigindo desta forma, maneiras novas de se fazer a notícia.

Assim, é necessário que as escolas de jornalismo insiram uma disciplina destinada ao estudo do jornalismo digital. Elias Machado (2003) salienta que na era das redes digitais os jornalistas devem saber escrever para uma mídia que atende a um público diferenciado culturalmente e socialmente. Desta forma, as universidades exercem um papel importante na formação do profissional de jornalismo. Sendo assim, o estudo visa contribuir para o enriquecimento das pesquisas apresentadas no Intercom, tendo em vista que o tema do congresso este ano é sobre o ensino e pesquisa em comunicação social.

Para a compreensão do estudo cumpre antes conceituar o termo telemática. Telemática, segundo Simon Nora e Alain Minc (2002), é a convergência da computação eletrônica com as técnicas de transmissão à distância.

Vilém Flusser (1998) define telemática como uma técnica para a aproximação de algo que está longe. A definição corresponde ao espírito da sociedade informacional, pois aproxima uns aos outros. *‘Dito de outro modo, telemática é a técnica que torna possível a construção de uma sociedade, para a aproximação de um com outro’*. (FLUSSER, 1998, p.77). Este espaço que favorece a criação de um novo modelo de relação social é chamado de ciberespaço.

O termo ciberespaço foi criado por William Gibson em seu romance *Neuromancer*. A palavra ciberespaço é usada nos Estados Unidos para designar as realidades virtuais. Ciberespaço não é apenas um local para o encontro da sociedade, mas também *“é uma alternativa para as mídias de massa clássicas. “O ciberespaço encoraja uma troca*

*recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros”.* (LÉVY, 1999, p.155).

O ciberespaço modificou as formas de produzir e distribuir notícias. O ciberespaço pode ser utilizado pelo jornalista como fonte de informação, sejam através de listas de discussões, e-mails, FTP, chats. Além do leitor/usuário poder ter um contato mais direto com o jornalista com estas disponibilidades de comunicação. A distribuição alcança um maior número de pessoas ao mesmo tempo, e o leitor/usuário pode ler as notícias na tela de seu computador.

### **Conceitos e fases do jornalismo na web**

Para que os jornalistas saibam trabalhar com as diversas especificidades jornalísticas praticadas nas redes digitais cumpre conceituar e caracterizar cada uma dessas modalidades. O conceito de jornalismo digital suscita questões quanto à nomenclatura. Alguns autores utilizam o termo jornalismo on-line ou jornalismo digital como sinônimos, ao definir o jornalismo praticado na Internet, para a Internet ou com auxílio da Internet.

Elias Machado define jornalismo digital

*O jornalismo digital inclui todo produto discursivo que re-produz a realidade pela singularidade dos fatos, tem como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia que transmita sinais numéricos e que incorpore a interação com o usuário no processo produtivo. (MACHADO, 2003, p.23)*

Já Luciana Mielniczuk (2003) separa a definição dos conceitos de jornalismo eletrônico, digital, ciberjornalismo, webjornalismo e jornalismo on-line. Os conceitos apresentados assemelham-se as esferas concêntricas que fazem o recorte de delimitações. Estas definições aplicam-se tanto ao âmbito de produção quanto ao da disseminação das informações jornalísticas.

O jornalismo eletrônico, segundo a autora, abrange toda aparelhagem tecnológica que utiliza energia elétrica, como televisão, rádio, jornal impresso.

Dentro do espectro eletrônico, há a tecnologia digital. Inclui todo processo de informação transformado em bits. A autora reforça a idéia. *“Digital implica toda possibilidade de manipulação conjunta de dados de diferentes naturezas: textos, sons, imagens”* (MIELNICZUK, 2003, p.43). Como exemplo pode-se citar as máquinas

fotográficas digitais, CD, DVD, e o jornalismo que utiliza recursos digitalizados com texto, som ou imagem.

Dentro da esfera eletrônica e da tecnologia digital há o überjornalismo, que remete ao jornalismo realizado com o auxílio das possibilidades tecnológicas. A utilização do computador para gerenciar banco de dados na elaboração de uma matéria é um exemplo de ciberjornalismo.

Ainda dentro da esfera eletrônica, da digital, e da cibernética, que segundo Mendez (2002) é a ciência que estuda o mecanismo de comunicação e controle do funcionamento dos seres vivos com as máquinas, encontra-se o webjornalismo. Este, por sua vez, refere-se a uma parte específica da Internet. As páginas jornalísticas publicadas na web são exemplos de webjornalismo.

Dentro de todas essas esferas do jornalismo eletrônico, do jornalismo digital, do ciberjornalismo e do webjornalismo está o jornalismo on-line. O webjornalismo se diferencia do jornalismo on-line, por este ser atualizado a todo instante.

O termo jornalismo on-line é melhor compreendido na definição de Luciana Mielniczuk “o termo on-line reporta a idéia de conexão em tempo real, ou seja, fluxo de informação contínua e quase instantâneo”. (MIELNICZUK, 2003, P.43).

No entanto, as produções jornalísticas na web já passaram por diversas fases. Em um primeiro momento, os jornais na web, eram simples cópias das versões impressas. Em 1997, acontece uma verdadeira explosão do jornalismo on-line, com grandes jornais mundiais criando versões digitais.

Os autores Pavlik (2002), Silva Jr (2002), Palácios (2002) e Mielniczuk (2003) afirmam que as experiências do webjornalismo podem ser classificadas em três categorias de produtos: webjornalismo de primeira geração: sustentada pela reprodução dos conteúdos. Os produtos desta fase, em sua maioria, são simplesmente cópias para web do conteúdo dos jornais impressos. Webjornalismo de segunda geração: as publicações exploram mais as potencialidades do ambiente, utilizando links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições, o e-mail é utilizado como uma ponte entre jornalistas e leitor/usuário. As notícias começam a ser atualizadas, não mais diariamente, mas de hora em hora. Webjornalismo de Terceira Geração: Neste estágio os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, enquetes e opção de

configuração do produto de acordo com interesses do leitor/internauta, além das atualizações serem realizadas mais rapidamente.

O jornalismo on-line está inserido na terceira fase do webjornalismo, pois apresenta atualizações realizadas de minuto em minuto, enquetes, chats, além de recursos multimídia. O nascimento do jornalismo on-line está intrinsecamente ligado às agências de notícias. O conceito de tempo real no jornalismo brasileiro, segundo Adghimi (2001), surgiu com a Agência Broadcast, do Grupo *O Estado de São Paulo*, que, em 1991, passou a produzir informações econômicas e financeiras para um grupo de clientes. A idéia, segundo a autora, teria sido inspirada na experiência da agência britânica *Reuters*. O fundamental neste tipo de informação é a atualização, medida em minutos e até segundos.

O jornalismo produzido para a Internet, ou com auxílio da Internet tem construído suas características, aproveitando as potencialidades do ambiente telemático. Palácios (1999) estabelece cinco características do jornalismo praticado na web: Multimedialidade- Refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagens, texto e som) na narração dos fatos jornalísticos; Interatividade- Bardoel e Deuze (2002) citados por Luciana Mielniczuk, consideram que o leitor/internauta tem maior possibilidade de se comunicar com a redação, através de e-mail, chats, listas de discussões. Hipertextualidade - Possibilita a interconexão de textos através de links; Customização do conteúdo/Personalização - Consiste na opção oferecida ao leitor/usuário configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses. Memória – O volume de informação anteriormente produzido fica disponível através dos bancos de dados. Atualização Contínua - A rapidez do acesso combinada com a facilidade de produção e disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem agilidade de atualização do material na web.

A atualização contínua contribui para que os jornais on-line utilizem as agências de notícias como fontes de informação. As fontes são extremamente importantes para os jornalistas, pois são elas que transmitem informações para o profissional. Segundo Mário Erbolato (2001) fonte é qualquer pessoa que presta informação ao repórter. O autor classifica as fontes em dois grupos: as fixas e as fora de rotina. Fixas são as quais se recorre para o noticiário de todos os dias, como corpo de bombeiros, prefeituras, hospitais. Já as

fora de rotina são as fontes procuradas excepcionalmente, quando o esclarecimento de um fato o exige.

Mário Erbolato (2001) ainda classifica as fontes em diretas, indiretas e adicionais. As diretas são as pessoas envolvidas em um fato. Fontes indiretas, são as que por dever profissional, sabem de um fato circunstancialmente. Octavio Bonfim (1969) classifica as fontes adicionais como aquelas que fornecem informações complementares ou ampliam a dimensão da história. Entre elas citam-se os livros, enciclopédias ou pessoas que conhecem um fato passado que esteja ligado a acontecimentos atuais.

As fontes ainda podem ser classificadas de acordo como aparecem na notícia, em ostensivas e indeterminadas. Quando o leitor sabe quem forneceu os elementos da matéria, são as ostensivas e quando não há menção sobre quem deu as informações são classificadas como indeterminadas.

Erbolato ressalta a importância das fontes de informação no processo da produção de notícias. *“Tudo que o jornal publica é obtido nas fontes de informação”*. (ERBOLATO, 2001, p.183).

As agências de notícias também podem ser consideradas como fontes de informação, uma vez que os jornais utilizam os conteúdos jornalísticos das agências para complementarem as notícias produzidas pela redação do jornal ou reproduzirem as matérias provenientes desta.

Juan Somavia (1980) define agências de notícias como organismos estrangeiros que operam dentro de cada nação. As agências nascem da impossibilidade de cada jornal manter correspondentes em todo o mundo e ainda conseguirem receber as notícias com suficiente rapidez.

Ainda segundo Mário Erbolato(2001) a Unesco define as agências de informação como empresas que têm como principal objetivo, obter notícias e documentação de atualidades, que sirvam para exprimir ou representar os fatos.

As agências de notícias quanto a sua organização jurídica e finalidades podem receber as classificações: a) particulares: Surgidas por iniciativa não-oficial e administrada como órgão ou empresa privada; b)cooperativas: Consórcio de vários jornais que contribuem para mantê-las; c)estatais: criadas pelos governos; d)gerais: divulgam todo e qualquer noticiário; e)especializadas: Exclusiva a difundir uma determinada classe de

serviços; f)atualidades fotográficas: distribuem apenas ilustrações dos fatos; g)de artigos: Contratam matérias assinadas por nomes de destaque no jornalismo nacional ou internacional; h)nacionais: Fornece notícias apenas aos jornais do país; i)internacionais: Divulgam informações de e para todo o mundo.

Mário Erbolato (2001) classifica as agências de notícias como meios de informação indiretos, pois as notícias que divulgam não vão diretamente para os leitores, mas sim aos jornais, que se encarregam de fazer chegar aos receptores.

No entanto, esta afirmação se torna falsa neste novo cenário, pois as agências disponibilizam através de seus sites informações para milhares de pessoas ao mesmo tempo e no momento em que o fato ocorre, além do jornalismo on-line está cada vez mais se assemelhando às agências, atualizando a cada instante suas informações. Jayme Dantas citado por Erbolato (2001, p.196) reforça esta idéia. *“Agência de notícias é exatamente o jornalismo na mais alta velocidade”*.

### **A análise do jornal Último Segundo**

O jornal *Último Segundo* foi criado em novembro de 1999. A idéia de criar o jornal para ser veiculado na Internet surgiu durante o planejamento do portal IG para ser a porta de entrada dos usuários do provedor IG. O jornal entrou na rede em caráter restritivo (sem divulgação), em meados de dezembro daquele ano. Ficou conhecido publicamente, em 2000, no lançamento do provedor IG. O veículo de comunicação se insere dentro da esfera do jornalismo on-line, pois as atualizações de seus conteúdos jornalísticos são realizadas de minuto em minuto.

O Último Segundo se classifica na terceira geração do webjornalismo, uma vez que as características dessa fase são encontradas no jornal. A multimídia: além do texto o leitor/usuário, em algumas matérias, encontra fotos ou vídeos, com imagem e som.

O leitor/usuário participa ativamente no processo de produção de notícias, através do canal Repórter Brasil. A interatividade do jornal pode ser encontrada no Bliq, espaço no qual o leitor/usuário pode comentar as notícias publicadas pelo jornal.

A atualização contínua também é característica da terceira geração. As informações no jornal são atualizadas em questões de segundos. No entanto, a atualização das notícias não é mérito da redação do jornal, mas sim das agências de notícias, uma vez que grande

parte do material jornalístico do Último Segundo é proveniente de agências. A análise empírica, ou seja, baseada na observação dos conteúdos do jornal, durante dois dias, mostra que as notícias publicadas neste veículo são na maioria, provenientes de agências. Apenas duas matérias eram produzidas pela redação, desta forma, o papel do jornalista neste jornal é de um simples “produtor de conteúdos”.

Na tentativa de identificar o perfil do jornalista, que está se constituindo na realidade do novo jornalismo Zélia Adghirn (2001) define o profissional como “produtor de conteúdo”.

Assim como a Internet aboliu as fronteiras do tempo e do espaço, o novo mercado de produção de notícias quer abolir a figura do jornalista. Ele se chama agora “operador de Internet” ou “produtor de Internet” ou “produtor de conteúdos”. (ADGHIRNI, 2001, p.51)

A utilização dos conteúdos das agências deixa clara a inexistência da entrevista, o papel do jornalista desaparece. Outro problema das agências de notícias serem as únicas fontes para o jornal é que as matérias não são contextualizadas para o cenário nacional ou regional. Uma vez que as grandes agências estão localizadas em países de primeiro mundo o enfoque das informações é voltado para o interesse dos países de suas localidades.

A utilização das agências de notícias como fonte de informação pelo jornal pode ser devido a dois fatores: a instantaneidade e a globalização. A instantaneidade inviabiliza o trabalho do jornalista, pois o jornalismo on-line exige que as informações sejam divulgadas no momento em que o fato ocorre. O jornalista não possui tempo de apurar as informações.

No entanto, essa ansiedade em dar a informação antes do jornal concorrente pode trazer sérias conseqüências para o jornal. Sylvia Moretzohn (2002) cita as conseqüências que a velocidade das informações pode trazer.

*Obriga o repórter a divulgar informações sobre os quais não tem certeza, reduz, quando não anula, a possibilidade de reflexão no processo de produção da notícia, o que não apenas aumenta a probabilidade de erro como, principalmente e mais grave, limita a possibilidade de matérias com ângulos diferenciados de abordagem, capazes de provocar questionamentos no leitor; e talvez mais importante, praticamente impossibilita a ampliação do repertório de fontes, que poderiam proporcionar essa diversidade. (MORETZOHN, 2002, p.70)*



A globalização pode ser considerada como fator da utilização das agências de notícias, uma vez que a informação tornou-se mercadoria. Desta forma, os jornais competem entre si para serem os primeiros a divulgarem a notícia.

Virilio afirma que a notícia transformou em mercadoria e reforça a idéia de que sobre a ótica do “tempo real” isto se torna mais presente. “*A informação só tem valor pela rapidez de sua difusão, ou melhor, a velocidade é a própria informação*”. (VIRILIO, 1999, p.109).

No entanto, o uso das agências de possibilita uma maior hipertextualidade, uma vez que o leitor/usuário encontra o link destas para adquirir mais informações sobre a notícia que está lendo e obter outras informações. Para melhor esclarecimento do estudo o conceito de hipertexto merece ser explicado. O hipertexto segundo Crawford Killian citado por Vicente Gosciola (2003) é um texto que faz referência a outros textos e que possibilita ir ao encontro deles. Para este autor o hipertexto é um documento eletrônico-texto, gráfico, áudio, vídeo ou uma combinação desses quatro elementos-ligados a outros documentos eletrônicos.

Segundo Heim, citado por Vicente Gosciola (2003) o hipertexto é um modo de interagir com textos e não só uma ferramenta como processadores de textos. Por sua característica o usuário interliga informações intuitivamente, associativamente. Através de saltos que marcam o movimento do hipertexto o leitor assume um papel ativo, uma vez que ele escolhe a ordem de leitura a seu critério.

Nota-se que o Último Segundo explora bem as características do jornalismo on-line. Multimídia, interatividade, hipertextualidade e memória são utilizadas pelo jornal, deixando a desejar apenas na personalização.

O jornal utiliza da característica da memória através da disponibilização de um acervo, principalmente, de fotos. Os textos ganham pouco espaço nos bancos de dados do jornal. Com relação à atualização contínua o jornal está constantemente atualizando suas informações, o tempo pode ser medido em questões de segundos.

### **Considerações Finais**

A instantaneidade do jornalismo on-line e a globalização dificultam o trabalho de apuração das informações do jornalista que trabalha com o tempo real. Uma vez que o

profissional é pressionado pelo tempo, o que muitas vezes acarreta em informações divulgadas com apurações escassas, ou não verdadeiras. Desta forma, tanto a credibilidade do profissional quanto do jornal pode ser comprometida ao divulgarem notícias que não sejam verdadeiras e sem depoimentos de todos os envolvidos no fato.

As agências de notícias como únicas fontes de informação para o jornal inviabilizam o processo de criação, produção e apuração do jornalista. O profissional torna-se mero produtor de conteúdo e “instantaneísta”, uma vez que seu trabalho se resume a “copiar e colar” as matérias das agências, tornando-se analista do instante. Não saindo às ruas em busca de informações complementares ou contextualizando as informações para o cenário nacional, regional ou local.

Cabe às universidades de jornalismo desenvolverem uma disciplina que oriente o aluno a trabalhar com as tecnologias digitais e em tempo real, com o intuito de que o futuro profissional não seja um simples produtor de conteúdos. Mas, saiba colocar em prática as técnicas jornalísticas de apuração, a consciência de sua responsabilidade perante a sociedade ao divulgar informações verdadeiras e apuradas com rigor, ouvindo todas as partes envolvidas em um fato. Além da ética profissional, que vale para todos os veículos de comunicação que irá trabalhar, saiba, ainda utilizar as potencialidades dos meios telemáticos.

### **Referências bibliográficas**

ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo on-line em busca do tempo real. In: HOHLFELDT, Antônio; BARBOSA, Marialva. **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

BARBOSA, Susana. **Os portais regionais como um formato para o jornalismo digital**. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003\\_barbosa\\_osportaisregionais.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_barbosa_osportaisregionais.pdf)>. Acesso em 17/05/2005

\_\_\_\_\_. **Fazendo jornalismo em redes híbridas: notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático**. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003\\_palacios\\_redeshibridas.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf)>. Acesso em 17/05/2005

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. Petrópolis: Vozes, 1978.

FLUSSER, Vilém. **Ars telemática** : telecomunicação, internet e ciberespaço. Lisboa: Relógio D'Água, 1998

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**: do game à TV interativa. São Paulo: SENAC, 2003. 271p.

HOHENBERG, John. **Manual de jornalismo**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1962.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003

MIELNICZUK Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web. In: MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

\_\_\_\_\_. **Características e implicações do jornalismo na Web** Disponível em ([www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf)). Acesso em 11/04/2005.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "tempo real"** : o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online: apontamentos para debate**. Disponível em ([http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)). Acesso em 11/04/2005.

SOMAVÍA, Juan. **A informação na nova ordem internacional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.  
291p.