



As agências transnacionais de notícias e os círculos descendentes de informações no território brasileiro no período da globalização¹

André PASTI²
Unicamp, Campinas, SP

Resumo

O presente trabalho visa compreender os usos e a reorganização do território brasileiro resultantes da ação das agências transnacionais de notícias. O processo de globalização – com uma inserção mais acentuada do território brasileiro na década de 1990 – atingiu as mídias nacionais e a influência dessas agências globais se ampliou, tanto na maior presença de suas informações nos círculos nacionais de notícias quanto na definição da técnica jornalística. Analisamos, assim, as implicações dessa globalização da informação para a reorganização do território brasileiro.

Palavras-chave: agências transnacionais de notícias; notícias; informação; globalização; usos do território brasileiro.

Introdução

As agências transnacionais de notícias são importantes agentes produtores de informações no mundo, cuja atuação tem crescido no atual período. Com a ascensão da informação como variável chave da transformação da sociedade e do espaço geográfico, torna-se essencial compreender os círculos de informações que se configuram no território brasileiro, bem como investigar seus principais agentes. Assim, o presente texto busca, por meio de uma abordagem geográfica, discutir a reorganização do território brasileiro e seus novos usos resultantes da ação das agências transnacionais de notícias neste período de globalização, investigando, sobretudo, a globalização da informação.

Para tanto, consideramos ser necessário partir de uma compreensão de qual informação estamos tratando. Em primeiro lugar, seria possível diferenciarmos a informação produtiva ou estratégica da informação banal, do cotidiano de todos

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Resultado de pesquisa de pós-graduação realizada na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), iniciada em 2011, sob financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e orientação da Prof^a. Dr^a. Adriana Maria Bernardes da Silva.

² Mestrando no programa de pós-graduação em Geografia do IG/Unicamp. Contato: andre@pasti.art.br.



(SILVEIRA, 1997; SILVA, 2001; 2009)³. Na difusão de informações banais, predominam os círculos de notícias. Entendemos a notícia como uma forma da informação voltada à divulgação de eventos por meios de comunicação, uma informação transformada em mercadoria, sofrendo um tratamento que a adapta às normas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo dos respectivos meios de comunicação (MARCONDES FILHO, 1989).

Atualmente, está presente no senso comum a percepção de que haveria muitas notícias circulando, muitos meios de comunicação e que, em decorrência desse fato, as pessoas estariam mais e melhor “informadas”, sob diferentes perspectivas (PATERSON, 2006, p. 24). A despeito disso, o que se observa é uma globalização das mídias nacionais, com as informações partindo de poucos agentes globais e sendo reproduzidas nos diferentes meios de comunicação nos lugares.

Dessa forma, a maior parte das informações sobre o que acontece não vem da interação entre as pessoas, mas do que é veiculado pela mídia, com uma interpretação interessada dos fatos (SANTOS, 2000, p. 41). Nessas condições atuais da vida econômica e social, a informação constitui um dado essencial e indispensável (SANTOS, 2000, p. 39). Assim, o controle dos círculos de informação por poucos agentes torna-se ainda mais relevante para a compreensão das relações de dependência e alienação entre os lugares.

Segundo Santos (2006 [1996], p. 202), o que mais circula atualmente nas redes informacionais globais são informações pragmáticas, manipuladas por poucos agentes em benefício próprio. Nesse contexto, destacam-se as agências transnacionais de notícias, “atacadistas” mundiais desse tipo de informação que alimentam os círculos nacionais de notícias. O surgimento das agências transnacionais de notícias data da primeira metade do século XIX, e está ligado à multiplicação dos centros de interesse pelo mundo, além dos elevados custos para a manutenção de uma rede de correspondentes por cada órgão de imprensa (MONTALBÁN, 1979, p. 30-31). Essas agências possuem redes próprias de correspondentes espalhados pelo mundo e vendem informações a diversos agentes, em especial às imprensas nacionais, inclusive no Brasil.

A primeira agência de notícias mundial foi a francesa Havas, criada em 1835, que posteriormente tornou-se Agence France-Presse (AFP). Em seguida surgiram a

³ Laborit (1973, p. 33) fez uma distinção similar, diferenciando a informação especializada, necessária aos trabalhos técnicos, da informação generalizada, necessária à vida humana.



americana Associated Press (AP), em 1848; a alemã Wolff, em 1849; e a britânica Reuters, em 1851. Eram as três agências europeias que atuavam na escala global no século XIX, dividindo entre si zonas de influência no mundo e respeitando os limites territoriais de atuação que estabeleceram (MATTELART, 2002, p. 47; BOYD-BARRETT, 1980, p. 116; READ, 1999, p. 60).

Nessa divisão, a América do Sul era uma zona de influência compartilhada entre Havas e Reuters⁴ (AGUIAR, 2010, p. 32). A partir da ampliação da influência norte-americana no mundo, a Associated Press passou, também, a figurar entre as principais agências transnacionais, substituindo a agência alemã Wolff⁵. Essas agências firmaram sua hegemonia mundial ao longo do século XX.

Nossa investigação busca descobrir em que medida os circuitos de notícia dominantes no território brasileiro são controlados pelas informações e pela técnica⁶ dessas agências transnacionais e quais as repercussões desse controle para a alienação territorial do Brasil, bem como as implicações à rede urbana brasileira.

Informação, comunicação e o método geográfico

Para a presente análise, que deve contemplar um esforço interdisciplinar com as ciências da comunicação e da informação, partimos, como proposto por Milton Santos (2002 [1978], p. 141; 2006 [1996], p. 20), de uma reflexão a partir do objeto da própria disciplina geográfica. Assim, nossa discussão a respeito da informação e da comunicação se faz a partir do espaço geográfico.

Conforme Isnard (1982, p. 109), o espaço geográfico é concebido pela sociedade para realizar seu projeto, sendo sua produção e organização ao longo do tempo um campo de disputas, conflitos e embates. Daí resulta a configuração histórica de um sistema-mundo hierárquico e desigualmente desenvolvido. É preciso, portanto, compreender o processo de constituição desse espaço historicamente projetado,

⁴ Com exceção apenas de Guiana Francesa, na área de influência da Havas; Guiana e Suriname, sob influência da Reuters (AGUIAR, 2009, p. 10).

⁵ A Wolff deixou de estar entre as principais agências após a derrota alemã na I Guerra Mundial (BOYD-BARRETT, 1980, p. 23). Outra agência norte-americana, a UPI, juntou-se às principais até a Guerra Fria, quando o grupo ficou conhecido como as “Quatro Grandes”: AFP, AP, Reuters e UPI (AGUIAR, 2010, p. 12), mas entrou em declínio a partir da década de 1980.

⁶ Segundo Santos (2006 [1996], p. 29), “as técnicas são um conjunto de meios instrumentais e sociais, com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço”.



produzido e tornado condição para o funcionamento do mundo contemporâneo. No período atual, o *espaço geográfico*, segundo Santos (2006 [1996], p. 63), se define como “um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”.

É necessário, assim, reconhecer e compreender a produção de um novo meio geográfico no atual período, chamado por Santos de meio *técnico-científico-informacional*, momento em que a ciência, as técnicas e a informação ganham destaque na construção ou reconstrução do espaço (SANTOS, 2008a [1993], p. 37). Para este autor, o novo meio seria a expressão geográfica da globalização, pois aí o arranjo dos objetos e das ações permite a concretização das três unicidades definidoras do atual período: em primeiro lugar, há a *unicidade técnica*, a existência de um “conjunto técnico homogeneizado, sistêmico, preenchido e comandado por relações mundializadas sistematicamente unificadas” (SANTOS, 2006 [1996], p. 196); em segundo lugar, destaca-se a *unicidade dos momentos*, ou seja, a “possibilidade de conhecer instantaneamente eventos longínquos, e, assim, a possibilidade de perceber sua simultaneidade” (SANTOS, 2006 [1996], p. 196); a terceira unicidade seria o *motor único*, o “motor da vida econômica e social, representada, emblematicamente, pela emergência de uma mais-valia no nível mundial” (SANTOS, 2006 [1996], p. 204). Tais unicidades são imprescindíveis para a dinâmica atual do jornalismo, baseada nas redes informacionais globais.

Nosso quadro de vida é o território. Ao conceituá-lo, Santos (1994, p. 15-16) afirma que o que interessa à análise social não é o território em si, mas o *uso do território*, o *território usado*. Para este autor, o território são as formas, mas o território usado são os objetos e ações. Conforme Santos e Silveira (2006 [2001], p. 247), para definir um território “devemos levar em conta a interdependência e a inseparabilidade entre a materialidade, que inclui a natureza, e seu uso, que inclui a ação humana, isto é, o trabalho e a política”.

Desde o final do século XX, com as atividades hegemônicas sendo fundadas nas técnicas da informação, torna-se imprescindível um discurso que antecede tudo – o consumo, a produção, a técnica, o poder (SANTOS, 2000, p. 50; 2006 [1996], p. 226). Nesse sentido, recorreremos, nesta análise, ao par conceitual tecnosfera-psicosfera (SANTOS, 2006 [1996], p. 255-258), a *tecnosfera* compreendendo o conjunto de



objetos técnicos e a *psicosfera* “o reino das idéias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido [...] fornecendo regras à racionalidade ou estimulando o imaginário” (SANTOS, 2006 [1996], p. 256). Os usos do território se fazem conjuntamente nessas esferas, que não podem ser autonomizadas.

O verdadeiro instrumento da união entre as diversas partes de um território, atualmente, é a *informação* (SANTOS, 1994, p. 16). Conforme Dantas (2003, p. 25), com base em um conjunto de autores ligados à teoria científica da informação e da comunicação, informação é um “processo de seleção efetuado por algum agente, entre eventos passíveis de ocorrer em um dado ambiente”. O autor complementa:

Na origem da informação encontra-se, de um lado, *sinais físico-energéticos* emanados de um objeto ou ambiente qualquer [...] e de outro lado, um agente (ou sujeito) capaz de extrair algum *sentido*, ou *orientação*, ou *significado* desses sinais. Por isto, para que ocorra informação haverá sempre necessidade de *interação* (ou comunicação) entre um sujeito e um objeto, ou sujeito a sujeito. (grifos do autor).

A importância da informação no atual período histórico é discutida, entre outros, por Lojkin (2002), para quem há uma *revolução informacional* em curso. Nesse sentido, Santos (2006 [1996], p. 223) afirma que é a informação que permite “a ação coordenada, no tempo e no espaço, indicando o momento e o lugar de cada gesto e sugerindo as séries temporais e os arranjos territoriais a um rendimento máximo da tarefa projetada”.

Concordamos com Lojkin (2002, p. 115) quando afirma que não se pode separar a transformação da natureza material do grande desenvolvimento das funções informacionais. Também para este autor é necessário vincular (e não isolar), em nossas análises, informação, poder e relações de produção (LOJKINE, 2002, p. 120). E, com o avanço da circulação e da comunicação, possibilitando que a localização de diversas etapas dos processos produtivos seja dissociada e autônoma, dois conceitos se tornam explicativos desses arranjos territoriais: os *circuitos espaciais produtivos*, ligados aos fluxos materiais, e os *círculos de cooperação*, que combinam esses aos fluxos imateriais (SANTOS, 2008b [1994], p. 121-122). Neste trabalho, torna-se relevante compreender os círculos de cooperação ligados à produção jornalística, especialmente na relação entre agências globais de notícias e empresas consumidoras e redistribuidoras dessas informações no território brasileiro.



Segundo Dias (2000, p. 148), os fluxos pressupõem a existência de redes. De acordo com Parrochia (1993, p. 5-6), a noção de rede (do francês *réseau*, variante de *réseuil*) origina-se da ideia de um conjunto de linhas entrelaçadas. Para a compreensão das redes deve-se considerar, conforme proposição de Santos (2006 [1996], p. 262), tanto seu aspecto material – os sistemas de objetos técnicos que garantem seu funcionamento – quanto seu aspecto social, já que “a rede é também social e política, pelas pessoas, mensagens, valores que a frequentam”.

Os fluxos globais são classificados por Dollfus (2002, p. 26-27) em dois campos: o campo *internacional* – fluxos regulamentados, normatizados pelas decisões dos Estados, contabilizados nas balanças comerciais – e o campo *transnacional* – fluxos que “desdenham” as fronteiras, sem serem verificados ou contabilizados. Arroyo (1999, p. 16) acusa como exemplo de fluxos transnacionais justamente aqueles de informações de agências “globais” de notícias, aqui denominadas de transnacionais.

Raffestin (1993, p. 212) afirma que os nós das redes são, além de lugares de conexão, lugares de poder. Com a unicidade técnica, a comunicação atingiu todo o espaço terrestre, e hoje, segundo o autor, “o planeta pode ser organizado de tal maneira que nenhum ponto fique isolado”. Dollfus (2002, p. 35) afirma que o poderio mundial se exerce numa concentração geográfica dos poderes, e a comunicação exerce um papel importante na configuração desses lugares do poder.

É importante, também, traçar uma distinção entre a informação e a comunicação para nossa análise. De forma simplificada, Vilalba (2006, p. 5) afirma que comunicação é “a ação social de tornar comum”. Segundo Sodré (1996, p. 11), refere-se à ação de “pôr em comum tudo aquilo que, social, política ou existencialmente, não deve permanecer isolado”. Para Abbagnano (2007, p. 188), as diferentes definições de comunicação designam o caráter específico das relações humanas que são ou podem ser relações de participação recíproca. Santos (2006 [1996], p. 257-258) discute esta questão geograficamente através das diferentes cargas de conteúdo informacional e comunicacional que os espaços apresentam no período atual: as densidades informacional e comunicacional⁷. A *densidade informacional* nos indica o grau de exterioridade do lugar, já que a informação introduz uma intervenção vertical no espaço,

⁷ Milton Santos relaciona, para a compreensão dos espaços da globalização, essas duas densidades com a densidade técnica, “dada pelos graus de artifício”, variando do espaço jamais tocado pelo homem até a prevalência dos objetos técnicos (SANTOS, 2006 [1996], p. 257).



que geralmente ignora seu entorno. Já a *densidade comunicacional* resulta do tempo plural do cotidiano partilhado, estando ligada às dinâmicas do lugar.

Outros conceitos relacionados que auxiliam a compreensão do atual período são as noções de *verticalidade* e *horizontalidade*. As verticalidades (SANTOS, 2006 [1996], p. 284-285) seriam os vetores da racionalidade superior e do discurso hegemônico. Elas criam interdependências (que tendem a ser hierárquicas), “tanto mais numerosas e atuantes quanto maiores as necessidades de cooperação entre lugares”. As horizontalidades seriam tanto o lugar da finalidade imposta de fora, de longe e de cima, quanto o da contrafinalidade, localmente gerada. Conforme Santos (2006 [1996], p. 285), “o espaço se compõe de uns e de outros desses recortes, inseparavelmente”.

Faz-se necessária, assim, uma distinção entre os *circuitos informacionais ascendentes* e *descendentes* (SILVA, 2010). Os circuitos descendentes são aqueles baseados na informação que atinge verticalmente os lugares, enquanto os circuitos informacionais ascendentes referem-se aos “dinamismos mais arraigados ao lugar, ao dilema da sobrevivência, da resistência e da reprodução” (SILVA, 2010, p. 2). Esses círculos ascendentes e descendentes coexistem no espaço geográfico, que apresenta-se como um campo de conflitos entre forças descendentes (verticalidades) e ascendentes (horizontalidades).

Há, atualmente, uma tendência pela união vertical dos lugares. Nesse sentido, as notícias que partem das agências globais chegam como verticalidades aos lugares, carregadas de um sentido alheio à dinâmica do lugar e avesso a uma interpretação diferente da lógica dominante.

Consideramos, ainda, a noção de alienação territorial (RIBEIRO, 2005, p. 268), que seria a dimensão imaterial dos territórios alienados. Nos territórios alienados, as decisões essenciais concernentes ao processo local são estranhas ao lugar e obedecem motivações distantes (SANTOS, 2000, p. 107). Os círculos de informação originados nas agências transnacionais de notícias, carregados de significados, interpretações e ideologia, fazem parte dessa dimensão imaterial da alienação.

A globalização da informação, as agências de notícias e o fenômeno técnico

A partir do desenvolvimento das novas tecnologias da informação e das redes informacionais globais – parte da base técnica do processo de globalização – há uma



reorganização nos círculos globais de notícias. Conforme Mattelart (2002, p. 11), atualmente os sistemas de comunicação em tempo real determinam a estrutura de organização do planeta. Concentramos nossas análises nas dinâmicas ligadas às agências de notícias no atual período, examinando as transformações no fenômeno técnico – isto é, na técnica vista como totalidade (SANTOS, 2006 [1996], p. 36).

No período entre os séculos XIX e XX, conforme Mattelart (2001 [1994], p. 23), “o conjunto das transformações técnicas que se operam no modo de comunicação leva a mudar de forma radical o estatuto econômico da informação”. Nesse processo de evolução das técnicas da informação, decisões políticas dos países-sede das agências favoreceram a expansão de suas redes por meio dessas bases técnicas (READ, 1999, p. 49; SHRIVASTAVA, 2007, p. 152). Até o presente período, essas agências são os principais intermediários entre os meios de comunicação social e as fontes da notícia (MONTALBÁN, 1979, p. 35), e desde pelo menos os anos 1980 as agências globais de notícias de maior destaque são AFP, AP e Reuters (BOYD-BARRETT, 1998, p. 19; PALMER, 1996, p. 89).

O desenvolvimento das técnicas a partir da revolução informacional (LOJKINE, 2002) levou as agências globais de notícias a modificar sua forma de atuação. Segundo Shrivastava (2007, p. 135), com o advento da *internet* e a expansão das redes informacionais globais, houve um temor das agências globais de notícias quanto à pertinência de seus serviços. Todavia, o que ocorreu foi uma acentuação dos fluxos globais de informação, e a adaptação e fortalecimento das agências nesse novo contexto (SHRIVASTAVA, 2007, p. 147). Dessa forma, elas ampliaram sua atuação pelo mundo, fornecendo notícias aos principais círculos de informações nacionais.

Quanto ao território brasileiro, a partir da ascensão do neoliberalismo e a intensificação da inserção passiva (BRANDÃO, 2007, p. 18) do território nacional no processo de globalização, na década de 1990, houve uma internacionalização dos grupos de mídia brasileiros (FADUL, 1998), acompanhada por um processo ainda maior de concentração do setor⁸, historicamente concentrado (LIMA, 2011).

⁸ Conforme Santos (2006 [1996], p. 202), o mercado de informação é concentrado e controlado – um fato demonstrado nos estudos de Moraes (1998, 2000) e Fadul (1998). Isso pode ser observado também entre as agências globais de notícias. Nos últimos anos, por exemplo, houve a compra da norte-americana World Television News (WTN) pela Associated Press, formando a Associated Press Television News, e a incorporação da Reuters pela canadense Thomson Corporation, formando a Thomson Reuters.



No que se refere à técnica da produção nacional de notícias, observa-se uma grande influência das agências transnacionais. Desde o início de sua atuação, essas agências influenciaram a técnica jornalística. A instabilidade das redes de telégrafos e a possibilidade de perda de informação durante o envio, especialmente nas décadas de 1840 e 1850, induziram à estruturação dos textos noticiosos das agências em ordem decrescente de relevância – método conhecido como “pirâmide invertida”, presente até hoje na produção de notícias.

Conforme Lage (2005, p. 57) e Fonseca (2005), a globalização acompanha uma padronização mundial da técnica jornalística, inclusive no Brasil, inspirada nessas grandes agências globais. Trata-se, na verdade, da consequência ao jornalismo da *unicidade técnica*, uma das unicidades definidoras da globalização (SANTOS, 2000). A partir da década de 1970 uniformizam-se as normas de redação baseadas no estilo das agências globais de notícias entre os principais jornais brasileiros (LAGE, 2005, p. 69). Essa padronização dos noticiários traz inúmeras questões, algumas pontuadas por Santos (2000, p. 40), como o caráter cada vez mais ideológico que possuem essas informações, a relação “carnal” entre a produção de notícias e a publicidade e a facilidade da produção de falsidades, fábulas e mitos a partir da distorção dos fatos pelos poucos agentes controladores da informação noticiosa.

As agências transnacionais de notícias e os círculos de informações no território brasileiro

Considerando os novos usos do território brasileiro a partir dos círculos globais de informação, quais são os rebatimentos das agências transnacionais de notícias na reorganização do território brasileiro?

De início, cabe ressaltar as transformações em sua rede urbana. No período atual, algumas cidades comandam os fluxos de informação, abrigando os principais agentes produtores ou redistribuidores dessa informação (SANTOS, 2008a [1993], 2009 [1994]; SILVA, 2001). No caso dos territórios subdesenvolvidos como o Brasil, esse comando é subordinado aos centros verdadeiramente hegemônicos, como Nova Iorque e Londres.

Dessa forma, configura-se uma complexa divisão territorial do trabalho informacional, a qual condiciona e se reflete na rede urbana (CORRÊA, 1989, p. 48).



Conforme Dias (1995, p. 103), no atual período as redes informacionais são os vetores, por excelência, da integração territorial. Santos afirma ainda que “agora são os fluxos de informação que hierarquizam o espaço urbano” (SANTOS, 2009b [1994], p. 38).

Para a produção e a distribuição de notícias também conformam-se centros de comando (subordinados) no território nacional, o que implica em mudanças na rede urbana brasileira. Esse comando da informação centraliza-se especialmente nas grandes metrópoles (DIAS, 1995, p. 141; SILVA, 2001). Dentre elas, destacam-se aquelas classificadas por Corrêa (1996, p. 23) como centros de gestão do território. Para o autor, a gestão do território equivale a um “conjunto de ações que têm por objetivo, no plano imediato, a criação e o controle da organização do espaço”. Três metrópoles configuram-se como os principais centros de gestão do território brasileiro na atualidade: São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

No caso das redes das agências globais, um levantamento preliminar indica que seus escritórios de comando no território brasileiro concentram-se justamente nesses centros de gestão do território brasileiro: AFP e AP têm seus escritórios em Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo, e a Reuters⁹ concentra suas atividades em São Paulo¹⁰.

Para a compreensão dos impactos das agências na reorganização do território brasileiro, torna-se necessário, também, compreender os círculos de cooperação (SANTOS, 2008b [1994], p. 121) estabelecidos na produção de informações jornalísticas, através da investigação do circuito de empresas consumidoras e redistribuidoras da informação das agências globais de notícias. Nesse sentido, é importante observar que entre as informações que circulam no território nacional há círculos de notícias dominantes, na medida em que suas redes têm maior alcance e suas informações são mais consumidas. Destacamos que as quatro principais redes de TV privadas brasileiras possuem cerca de 850 veículos de comunicação incluindo, além de emissoras de TV aberta e a cabo, emissoras de rádio, jornais impressos e revistas semanais, entre outros meios (DONOS DA MÍDIA, 2011). Essas empresas compõem os circuitos de notícias dominantes no território brasileiro, e todas são consumidoras de informações das agências globais de notícias.

⁹ Os dados da AFP e Reuters foram obtidos em 2011 com as próprias agências. Os escritórios da Associated Press no Brasil foram baseados em matéria do Portal da Imprensa, de 2010 (disponível em <http://bit.ly/portaimprensa-ap>).

¹⁰ Pode-se observar a mesma dinâmica para o caso que estudamos anteriormente da agência de notícias especializada em informação financeira Bloomberg. Em 2010, ela possuía agências de notícias em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, com o comando de suas ações na metrópole paulistana (PASTI, 2010, p. 30).



Além disso, há que se considerar algumas características da formação socioespacial brasileira no que se refere às comunicações. Além do mercado extremamente concentrado, da predominância do setor privado e da ausência de regulamentação, em relação às notícias há uma situação incomum: as agências transnacionais de notícia prestam serviço com conteúdo relativo ao próprio país (AGUIAR, 2010, p. 6), ao invés de apenas tratar de notícias internacionais. Isso indica que os círculos de notícias do território brasileiro são mais dependentes das informações dessas agências.

Assim, chegamos à questão da alienação territorial. Além das notícias veiculadas serem carregadas de uma visão de mundo externa ao lugar, um outro caráter importante dessa alienação, observado por Boyd-Barrett (1980, p. 19-22), diz respeito ao papel das agências globais de notícias na definição das pautas, da “agenda” da comunicação nacional¹¹, incluindo decisões, através da hierarquia dos escritórios dessas agências, sobre a distribuição ou não de notícias para determinados países (AGUIAR, 2011).

Considerações finais

O presente texto compreende uma proposta de análise geográfica dos círculos de informações – em especial das notícias – no território brasileiro. Buscamos, dessa forma, contribuir aos estudos sobre os novos usos e a reorganização do território brasileiro a partir da informação. Para tanto, retomamos alguns conceitos apresentados anteriormente.

A constituição, no período atual, de um sistema de objetos técnicos funcionais à fluidez global da informação favoreceu a ampliação da atuação das agências transnacionais de notícias, que passam a ter maior influência no mundo e no território brasileiro. Aliada a essa tecnosfera, esses agentes atuam na configuração de uma nova psicofera (RIBEIRO, 1991, p. 48), que produz “a base social da técnica e a adequação comportamental à interação moderna entre tecnologia e valores sociais”. Essa psicofera apoia e acompanha a expansão do meio técnico-científico-informacional no território

¹¹ Para ilustrar este fato, a seção Especiais, do portal de notícias G1/Globo (disponível em <http://g1.globo.com/especiais>, acesso em 10/05/2011), que agrupa as coberturas de mais destaque, trazia, em maio de 2011, entre seus cinco principais temas o “Casamento do Príncipe (britânico) William”, “Morte de Osama Bin Laden” e “Revolta árabe”, todos baseados na pauta, nas informações e na visão de mundo difundida pelas agências globais de notícias.



nacional, representando, conforme Ribeiro (1991, p. 49) “uma visão limitada de um contexto político e econômico mais abrangente”.

Consideramos que os fluxos de informação noticiosa, comandados de fora do território brasileiro, atuam como vetores verticais de reorganização desse território. Assim, conforme Santos (2006 [1996], p. 257), “a informação unívoca, obediente às regras de um ator hegemônico, introduz, no espaço, uma intervenção vertical, que geralmente ignora seu entorno, pondo-se a serviço de quem tem os bastões de comando”.

As notícias que partem das agências transnacionais, e que estão presentes nos círculos de notícias dominantes do território brasileiro, configuram, portanto, circuitos informacionais descendentes (SILVA, 2010), atingindo verticalmente o território. Assim, concordamos com Santos (2000, p. 38) quando afirma que no atual período a forma como a informação é oferecida à humanidade constitui uma violência central do sistema ideológico hegemônico.

Referências

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- AGUIAR, Pedro. Notas para uma História do Jornalismo de Agências. *In*: VII ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA. **Anais...** Fortaleza, 2009.
- AGUIAR, Pedro. **Sistemas internacionais de informação Sul-Sul: do pool não-alinhado à comunicação em redes**. Dissertação (Mestrado). UERJ. Rio de Janeiro: UERJ, 2010.
- AGUIAR, Pedro. **A cobertura internacional e seus novos desafios** (Apresentação - Seminário). Transcrição: Wagner Nabarro. UESP, São Bernardo do Campo, 2011.
- ARROYO, Mónica. Globalização e espaço geográfico. *In*: **Experimental**. n. 6, pp. 15-31, mar, 1999.
- BOYD-BARRETT, Oliver. 'Global' news agencies. *In*: BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Tehri. (orgs.) **The globalization of News**. London: SAGE, 1998.
- BOYD-BARRETT, Oliver. **The international news agencies**. Londres/Beverly Hills: Constable/SAGE, 1980.
- BOYD-BARRETT, Oliver. Constructing the global, constructing the local. News Agencies Represent the world. *In*: MALEK, A; KAVOORI, A. (ed.) **The Global Dynamics of News: Studies in International News Coverage and News Agenda**. Stamford: Ablex, 2000.
- BRANDÃO, Carlos Antonio. **Território e Desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e global**. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **A rede urbana**. São Paulo: Ática, 1989.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Os centros de gestão do território: uma nota. **Território**, Rio de Janeiro, n. 1, p. 23-30. 1996.



- DANTAS, Marcos. Informação e trabalho no capitalismo contemporâneo. **Lua Nova**, São Paulo, n. 60, p. 5-44, 2003.
- DIAS, Leila Christina. **Réseaux d'information et réseau urbain au Brésil**. Paris: L'Harmattan, 1995.
- DIAS, Leila. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia: conceitos e temas**. 2a Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- DOLLFUS, Olivier. Geopolítica do Sistema-Mundo. In: SANTOS, et al. **Fim de século e Globalização**. 4ª Ed. São Paulo: Hucitec: Anpur, 2002.
- DONOS DA MÍDIA. **O mapa da comunicação social no Brasil**. [online] Disponível em <<http://www.donosdamidia.com.br>>. Acesso em 2011.
- FADUL, Anamaria. A internacionalização dos grupos de mídia no Brasil nos anos 90. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo: UNESP, no 29, p. 67-76, 1998.
- FONSECA, Virginia P. S. **O Jornalismo no Conglomerado de Mídia: reestruturação produtiva sob o capitalismo global**. Tese (doutorado). Porto Alegre: UFRGS, 2005.
- GONÇALVES, Maria Eduarda. **Direito da informação: novos direitos e formas de regulação na sociedade da informação**. Coimbra: Almedina, 2003.
- ISNARD, Hildebert. **O Espaço Geográfico**. Coimbra: Almedina, 1982.
- LABORIT, Henri. **Société Informationnelle: idées pour l'autogestion**. Paris: Lés Éditions du Cerf, 1973.
- LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LIMA, Venício. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.
- LOJKINE, Jean. **A revolução informacional**. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da Segunda Natureza**. São Paulo: Ática, 1989.
- MATTA, Fernando R (org.). **A informação na nova ordem internacional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- MATTELART, Armand. **A globalização da Comunicação**. Bauru (SP): Edusc, 2002.
- MATTELART, Armand. **Comunicação-Mundo: História das idéias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 2001 [1994].
- MONTALBÁN, Manuel Vásquez. **As Notícias e a Informação**. Espanha: Editora Salvat, 1979.
- MORAES, Dênis. **O Planeta Mídia: tendências da comunicação na era global**. Campo Grande: Letra Livre, 1998.
- MORAES, Dênis. **A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global**. [online] Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>>. Acesso em jan/2010. 2000.
- PALMER, Michael. L'information agencée, fin de siècle. Visions du monde et discours en fragments. **Réseaux**, volume 14, 1996.
- PARROCHIA, Daniel. **Philosophie des réseaux**. Paris: PUF, 1993.
- PASTI, André B. **São Paulo, o mercado de capitais e o circuito da informação financeira**. Monografia. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências: Campinas, 2010.



- PATERSON, Chris. News Agency Dominance in International News on the Internet. **Papers in International and Global Communication**. n. 01/06, mai, 2006.
- RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.
- READ, Donald. **The Power of News – The History of Reuters**. Nova Iorque: Oxford, 1999.
- RIBEIRO, Ana Clara Torres. Matéria e Espírito: O poder (des)organizador dos meios de comunicação. *In*: RIBEIRO, A. C. T.; PIQUET, R. (orgs.) **Brasil: Território da Desigualdade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.
- RIBEIRO, Ana Clara Torres. Outros territórios, outros mapas. **Osal**, Ano VI, n. 16, jan/abr, pp. 263-272. 2005.
- SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil: Território e Sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2006 [2001].
- SANTOS, Milton. O retorno do território. *In*: SANTOS, Milton. **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec: ANPUR, 1994.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000
- SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova – da crítica da geografia a uma geografia crítica**. São Paulo: Edusp, 2002 [1978].
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. São Paulo: Edusp, 2006 [1996].
- SANTOS, Milton. **A Urbanização Brasileira**. 5ª Ed. São Paulo: Edusp, 2008a [1993].
- SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e o Meio Técnico-Científico-Informacional**. São Paulo: Edusp, 2008b [1994].
- SANTOS, Milton. **Metrópole corporativa fragmentada: o caso de São Paulo**. São Paulo: Edusp, 2009a [1990].
- SANTOS, Milton. **Por uma economia política da cidade: o caso de São Paulo**. São Paulo: Edusp, 2009b [1994].
- SILVA, Adriana Bernardes. A cidade de São Paulo e a Produção de Informações: Contribuições à Pesquisa e ao Debate. *In*: XI Simpósio Nacional de Geografia Urbana - SIMPURB. **Anais...** Brasília: SIMPURB, 2009.
- SILVA, Adriana Bernardes. **A contemporaneidade de São Paulo: Produção de informações e novo uso do território brasileiro**. 2001. Tese (Doutorado). Departamento de Geografia – FFLCH/USP, São Paulo, 2001.
- SILVA, Adriana Bernardes. Círculos de informações e novas dinâmicas do território brasileiro. *In*: XVI ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS – ENG. **Anais...** Porto Alegre: AGB, 2010.
- SILVEIRA, Maria Laura. **Um País, Uma Região - Fim de Século e Modernidades na Argentina**. Dissertação (mestrado). FFLCH/USP, 1997.
- SHRIVASTAVA, K. M. **News Agencies: from Pigeon to Internet**. Nova Delhi: New Dawn, 2007.
- SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- VILALBA, Rodrigo. **Teoria da comunicação: conceitos básicos**. São Paulo: Ática, 2006.