

O Império das Agências: territórios, oligopólio e circulação da informação internacional (1859-1914)¹

Pedro AGUIAR²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Este artigo reconstitui a história e a geopolítica dos acordos de cartel entre as agências de notícias europeias do século XIX, tomando-os como gênese do atual sistema internacional de informação e seus desequilíbrios. Por meio da leitura dialógica entre autores que abordaram anteriormente o tema (Smith, Boyd-Barrett, Thussu, Wolff e outros), faz-se uma análise do processo de constituição das redes operacionais das agências de notícias como uma das infraestruturas de circulação do capital, particularmente em sua fase imperialista. Caracterizada, naquele momento, pela formação de oligopólios com territorialidades bem definidas e pela concentração de fluxos informativos para os centros do poder imperial, o sistema dos cartéis tenderia inevitavelmente às distorções de representação e às assimetrias Norte-Sul que marcam hoje a espacialidade da comunicação internacional. Ao final, conclui-se que o atual modelo global de circulação da informação tem raízes na forma como o capital organizou e cartografou, há mais de um século, os impérios das agências.

Palavras-chave: agências de notícias; território; imperialismo.

A divisão do mundo em impérios neocoloniais e áreas de influência que as potências europeias decidiram em sucessivos congressos ao longo do século XIX, com as partilhas da África, da China, da Índia, bem como os confrontos entre as políticas da Santa Aliança e da Doutrina Monroe nas Américas, ajudaram a desenhar o mapa-múndi tal como ele é hoje. Fronteiras, topônimos, regiões sociolinguísticas foram em muito definidos por essa época, ao bel-prazer das elites reunidas em salões acarpetados da Europa. A participação efetiva dos povos africanos, asiáticos, oceânicos e latino-americanos no desenho do mundo – a começar pelos seus próprios quinhões – só teria início décadas mais tarde, com as lutas anti-coloniais de libertação nacional na segunda metade do século XX.

Da mesma forma, a divisão do mundo em territórios de atuação das agências de notícias transnacionais foi um processo decidido sobre mesas e sob candelabros no século XIX, e não de acordo com as demandas informativas das próprias imprensa e sociedade em

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XIV Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² doutorando em Comunicação pela FCS/UERJ; mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. e-mail: pedroaguiar@ufrj.br

cada território. Levaria mais de um século até que, com a disseminação das redes digitais, os países (des)colonizados tivessem liberdade de escolher quais e quantos serviços de agências iriam utilizar, tendo como leque de opções virtualmente todas as existentes no mundo. No ínterim, porém, a situação predominante era a que configurava verdadeiros impérios da informação constituídos pelas primeiras agências de notícias europeias.

1. Gênese histórico-espacial das agências de notícias

As agências de notícias nasceram como setor empresarial da comunicação, como já se teve a oportunidade de demonstrar, em virtude de “uma demanda específica do capital por informação de origem internacional”, gerada “em contextos de industrialização precoce” (AGUIAR, 2009a: 6). A Havas (1835), a Reuters (1851) e a Wolff (1849) foram as três primeiras companhias do gênero, epônimas de seus fundadores³, surgidas nos países mais industrializados do continente europeu – respectivamente, França, Reino Unido e Prússia, embrião estatal da Alemanha. Contemporâneas a elas, do outro lado do Atlântico, fora fundada a Associated Press (1846) nos Estados Unidos – área de maior desenvolvimento capitalista fora da Europa.

Sua criação ocorreu a cargo de alguns ousados pioneiros do jornalismo novecentista (Charles-Louis Havas, Paul Julius Reuter e Bernhard Wolff) que se aperceberam das necessidades do momento e que pretendiam, como produto que eram de um século materialista, criar algo novo para ganhar dinheiro. Não obstante, suas organizações se transformaram na principal fonte de informação internacional e em um instrumento útil para os meios governamentais, por suas redes, contatos, âmbitos de atuação, etc.. Do ponto de vista empresarial, começaram sendo pequenos centros familiares com grandes dificuldades iniciais, superadas graças à garra e à engenhosidade. (GÓMEZ MOMPART & MARÍN OTTO, 1999: 102)

Apesar das loas ao empreendedorismo individual dos três pioneiros, ao se efetuar um reexame da conjuntura histórica na Europa no segundo quartel do século XIX, especificamente no período compreendido entre os anos-marco de 1832 (início do serviço de Havas, em Paris) e de 1851 (criação da Reuters, em Londres), saltam à vista “os aspectos de ruptura paradigmática vividos pela sociedade do capitalismo então incipiente” (AGUIAR, 2009a: 6). Entre eles, podem-se citar o apogeu da Primeira Revolução Industrial (fins séc.XVIII até c.1850), a derrocada definitiva do absolutismo como regime político (que, entre inúmeras outras restrições à imprensa como um negócio, praticava censura), o

³ O francês de origem húngara Charles-Louis Havas (1783-1858); o prussiano naturalizado britânico Paul Julius Reuter (1816-1899, nascido Israel Bere Josaphat) e o prussiano Bernhard Wolff (1811-1879). Em comum, os três tinham a ancestralidade judaica.

desenvolvimento das tecnologias industriais de telecomunicações e transporte (o telégrafo e a ferrovia, logo disseminados em malhas de alcance global), o trânsito internacional de pessoas, resultante dos fluxos migratórios (especialmente da Europa para as Américas) e a integração político-econômica dos países americanos recém-independentes ao sistema econômico global (agora libertos dos pactos coloniais e monopólios comerciais impostos pelas metrópoles), que geravam uma demanda permanente por informação transcontinental.

Mais ainda, não se pode admitir mera casualidade no fato de tal janela temporal quase coincidir com a fase das chamadas “revoluções liberais”, de 1830 a 1848, quando ocorreu a consolidação política da burguesia, a sobrevivência e a expansão do liberalismo econômico pós-napoleônico e a conformação generalizada de um ambiente político-econômico propício para o desenvolvimento do capital, o que evidentemente gerava uma demanda incessante por comércio de *mercadorias* de todos os gêneros – inclusive a informação. (AGUIAR, 2009b: 6)

O ambiente econômico favorável à aparição das agências está estreitamente ligado ao advento do jornal no sentido moderno, pois, como lembra Mattelart (1994: 28) “a rápida progressão das redes das grandes agências é paralela ao advento de uma imprensa liberada dos constrangimentos da censura”. Além do aspecto político, o desenvolvimento dos jornais também caminha por um paulatino afastamento do modelo das “folhas literárias”, de circulação restrita a elites intelectuais e planfletos serventes a causas efêmeras, até uma aproximação do modelo da imprensa diária, de circulação ampla e apelo ao interesse geral, constituída como empresas de produção industrial, estáveis e lucrativas, custeadas por publicidade e assinaturas – modelo que será plenamente consolidado apenas no *fin de siècle*. Com demanda por informação em fluxo contínuo, são estes jornais que formarão a base da clientela das primeiras agências europeias – e, no caso da Associated Press norte-americana, seus próprios proprietários (SALINAS, 1984: 34).

Ainda mais imprescindível para o fenômeno das agências, porém, foi a criação e instalação das redes telegráficas, tanto por cabos terrestres quanto submarinos, que se deu em ritmo relativamente galopante: do estágio zero na Inglaterra em 1839, a malha instalada somava 6,5 mil quilômetros em 1852 no mesmo país; no mundo inteiro, o número chegou a 166 mil em 1880 e saltou para 520 mil em 1910 (MATTELART, 1994: 19-27). Nesse momento, Inglaterra e França – não apenas com suas companhias, mas por seus próprios aparelhos estatais, ambos elementos constitutivos dos respectivos impérios – rivalizavam na disputa espaço-territorial pela expansão da rede telegráfica de acordo com seus próprios

interesses estratégicos. A rivalidade aumentou com a abertura do Canal de Suez, no Egito otomano, em 1869 (THUSSU, 2006: 4).

De 1851 a 1868, as redes submarinas se desenvolvem essencialmente pelas ligações transatlânticas do Norte, pelas linhas do Mediterrâneo e Índias e pelo cabo do Golfo Pérsico. De 1870 a 1880, são inauguradas, sucessivamente, uma comunicação que vai das costas de Inglaterra até às Índias Neerlandesas (Batávia), a rede das Antilhas, a linha entre as Índias Britânicas e a Austrália e China, as redes dos mares da China e do Japão, o cabo entre o Suez e Áden, a comunicação entre Áden e as Índias Britânicas, os cabos da Nova Zelândia, a comunicação entre a Costa Oriental e o Sul da África, o cabo entre Hong-Kong e Manila. Nos anos 1880, a França estabelece uma cascata de ligações ao longo das costas da Indochina e da África negra (redes do Senegal e da Costa Ocidental da África). (MATTELART, 1996: 26)

No Brasil, os contatos diretos com a Europa foram inaugurados em 1874, com o cabo Lisboa-Recife (via Madeira e Cabo Verde) que, na prática, conecta toda a América do Sul com a Europa; este foi de iniciativa britânica. Cinco anos mais tarde, um cabo francês ligaria o Velho Continente ao Caribe, com uma ramificação meridional em direção ao Brasil. No mesmo ano, um terceiro cabo, desta vez alemão, sairia de Emden (no Mar do Norte) até os Açores e, de lá, para a Libéria, de onde bifurcaria um braço para Recife – um dos pontos da costa brasileira mais perto da África (THUSSU, 2006: 4).

Assim, as linhas de expansão do sistema internacional de informação das agências seguiram aquelas já estabelecidas pelo comércio mundial, mas também inauguraram outras que, por sua vez, seriam percorridas pela expansão imperialista das potências europeias. Logicamente, o *laissez-faire* do comércio e os papéis econômicos atribuídos às diferentes regiões do mundo pelo colonialismo – que daria origem à chamada “divisão internacional do trabalho” – não se primavam pela igualdade, senão pela diferença, construídos para servir à concentração e ao processo contínuo de acumulação capitalista.

Com a mudança de velocidade das mutações técnicas e a decolagem das metrópoles imperiais, a separação vai se escavando entre o ‘mundo desenvolvido’ e o que se tornará muito mais tarde o ‘Terceiro Mundo’. Em 1800, as diferenças do produto nacional bruto por cabeça eram insignificantes; em 1880, eram de 2 para 1; em 1913, serão de 3 para 1 e vão atingir, em 1970, 7 para 1. (HOBSBAWM apud MATTELART, 1994: 24)

Portanto, a mudança radical na comunicação internacional que se configurou nesta época, com o telégrafo como infraestrutura material e as agências de notícias como instituições centrais, ajudou a sedimentar o “desenvolvimento desigual”, que por sua vez caracterizou a lógica espacial da fase imperialista do capitalismo. Essa espacialidade

assimétrica obedecia “naturalmente” ao processo de acumulação capitalista, assim como a instalação das infraestruturas de transporte e de comunicação seguia as demandas das relações comerciais entre as potências e as áreas sob suas influências (SMITH, 1980: 75).

A rede de comunicações que se desenvolveu no século XIX foi resultado do sistema imperialista, pelo qual as potências capitalistas em competição lutavam por uma maior parte do mundo na qual implantar um sistema comercial privilegiado; ao mesmo tempo, a rede de informação foi um pilar básico do próprio desenvolvimento do capitalismo internacional; ou seja, foi ao mesmo tempo causa e resultado do capitalismo. (SMITH, 1980: 74) (grifo meu)

Da mesma maneira, se considerarmos que as conexões permanentes para o intercâmbio sistemático de informações além-fronteiras foram estabelecidas não apenas ao longo das rotas de disseminação do comércio, das conquistas militares e da disseminação cultural dos colonizadores, mas em virtude destas mesmas, pode-se concluir que a comunicação internacional em si foi fruto e foi instrumento da expansão imperial das potências europeias.

A Revolução Industrial na Europa Ocidental, fundada sobre os lucros do crescente comércio internacional encorajado pela colonização, deu um enorme estímulo à internacionalização da comunicação. O domínio britânico sobre as rotas marítimas do comércio internacional foi em larga escala devido à proeminência de sua marinha e frota mercante, resultado de trabalho pioneiro no mapeamento de cartas de navegação por grandes exploradores setecentistas, como James Cook (...). O crescimento do comércio e do investimento internacionais exigiu uma fonte constante de dados confiáveis sobre o comércio internacional e assuntos econômicos, enquanto o Império Britânico necessitava de um fornecimento constante de informações essenciais para manter alianças políticas e segurança militar. (THUSSU, 2006: 3)

Desde o início, a instalação e a exploração dos serviços de telégrafo se deu sob os auspícios diretos ou indiretos do Estado – inclusive nos países em que, nominalmente, se adotou o modelo privado. Diferentemente de outros setores industriais (têxtil, metalurgia, químicos), as comunicações atraíram constante supervisão e subsídios por parte das coroas e repúblicas – evidenciando seu caráter estratégico para a construção dos impérios. Os Estados foram não só patrocinadores e usuários dos telégrafos, como muitas vezes seus proprietários diretos.

Num primeiro momento, os países adotam paradigmas diferentes não só na gestão como na operação dos serviços de telégrafo em relação aos preexistentes serviços postais – os correios. Na França, ambos são estatais, porém separados. Na Inglaterra, os correios são da coroa, enquanto os telégrafos são privados. O mesmo ocorre nos EUA, onde o US Mail é conside-

rado um serviço público e a telegrafia é um negócio monopolizado pela Western Union. Na Prússia, depois Alemanha, correios e telégrafos são ambos setores estratégicos submetidos diretamente ao governo. Aos poucos, na Europa, prevalece a tendência de unificar os dois serviços em companhias estatais ou autarquias dirigidas pelo executivo, ou mesmo sob a forma de ministérios específicos; é o caso do Reino Unido (1868), Alemanha (1875), França (1878) e Itália (1889), entre outros (MATTELART, 1994: 22). No século XX, com a adição da telefonia, estes órgãos serão conhecidos como PTTs (acrônimo de Post, Telegraph and Telephone).

Por contraste, as primeiras agências de notícias eram todas companhias de capital privado – ainda que contassem com subsídios estatais e acessos privilegiados à máquina pública –, visando o lucro e, no entanto, em seu processo de expansão transnacional, lidavam com interesses, regras e limitações estabelecidos por cada Estado. Estes, muitas vezes, eram intencionalmente discrepantes, de forma a dificultar a concorrência e cercear espaços não apenas territoriais como também comunicacionais – materializados em estratégias como impedir a comunicação entre radiocomunicadores da marca Marconi (britânica, não italiana) e outras, embora tecnologicamente fosse possível a compatibilidade (THUSSU, 2006: 7).

Na medida em que o comércio crescia e, frequentemente, linhas telegráficas precisavam cortar territórios coloniais rivais para ligar possessões ultramarinas às suas metrópoles, tais empecilhos passaram a ser improdutivos e impraticáveis para a fluência da economia informativa. Para contorná-los e padronizar procedimentos e códigos, as potências da época se reuniram em conferências e estabeleceram as primeiras entidades multilaterais de setor, entre as décadas de 1860 e 1880 (idem: p.3).

A telegrafia elétrica é uma inovação essencialmente internacional. Se os diferentes Estados não tivessem chegado a um acordo para estabelecerem regulamentos internacionais, não só a utilização desse potente meio de correspondência não se teria generalizado, mas podemos nos perguntar se teria existido. (HUBER apud MATTELART, 1994: 21 – nota pé)

Evidência da importância estratégica do telégrafo para os impérios foi o surto de crescimento das malhas instaladas durante grandes conflitos da época entre os países pioneiros do capitalismo: a Guerra da Crimeia (1843-1856) e a Guerra de Secessão dos EUA (1861-1865) estimularam a instalação de novos cabos (24,15 mil quilômetros, no caso norte-americano) e conexões diretas entre a frente de combate e as capitais (MATTELART, 1994: 19-20). As agências se utilizaram destas linhas, originalmente pensadas para uso militar e sigiloso, para enviar seus despachos às redações centrais – efetuando os primeiros

exemplos sistemáticos de cobertura de guerra⁴. De forma geral, em tempos de paz, aproveitavam-se destas estruturas instaladas para estender o alcance tanto de seus serviços como das origens de seu produto, a informação.

Deste modo, torna-se evidente que as condições históricas do momento de gênese das agências de notícias como um filão no nascente setor econômico da comunicação não apenas favoreciam seu surgimento, como as tornavam quase inevitáveis para a organização produtiva da informação. As tecnologias (de transmissão, recepção e reprodução) estavam disponíveis, a infraestrutura estava em construção e, principalmente, a demanda estava dada – toda uma conjuntura levando a crer que, mesmo que não houvessem os “gênios empreendedores pessoais” de Havas, Reuter ou Wolff, as agências de notícias teriam surgido naquele espaço – a Europa e os Estados Unidos – e naquele momento histórico – meados do século XIX – de qualquer maneira.

2. Histórico e evolução dos acordos de cartel entre agências

As agências de notícias foram grandes usuárias dessa infraestrutura de telecomunicação desde seus primeiros dias, “demasiado satisfeitas por já não dependerem dos pombos-correios para o transporte de seus telegramas”, como ironiza Mattelart (1994: 27). Não por acaso, as datas de instalação das grandes linhas de telégrafo – especialmente cabos submarinos –, superando distâncias e barreiras naturais, coincidem com marcos históricos no desenvolvimento das agências: a abertura da ligação sob o Canal da Mancha entre Dover (Inglaterra) e Calais (França), em 1851, foi o que permitiu a Paul Julius Reuter transferir sua agência de Aachen, na Prússia, para Londres; o primeiro cabo transatlântico, ligando a Grã-Bretanha ao Canadá (Terra Nova) e aos Estados Unidos, foi colocado em agosto de 1858 e, embora só entrasse em operação permanente oito anos mais tarde, motivou o primeiro acordo entre agências concorrentes para definir sua utilização.

Smith (1980: 77), Shrivastava (2007: 13) e Gómez Mompert & Marín Otto (1999: 103) registram que o primeiro acordo relevante entre agências de notícias se deu entre a Reuters e a Havas em 1856, estabelecendo a prática regular de intercâmbio de boletins comerciais entre as agências subordinada à exclusividade de direitos de redistribuição nas respectivas áreas de atuação. Estes autores descrevem o pacto como “um intercâmbio de notícias da bolsa de valores e de mercado sem maiores intenções”, em que uma passaria à outra as notícias de sua própria área (idem; ibidem).

⁴ Alguns jornais com orçamento e acesso aos comandos beligerantes também enviaram jornalistas para o *front*, como o *Times* de Londres, com seu repórter irlandês William Howard Russell, considerado na historiografia jornalística canônica como “o primeiro correspondente de guerra” moderno.

A intenção primária dos acordos era reduzir o custo da apuração de notícias internacionais (já que as agências tendiam a confinar suas atividades aos seus próprios mercados exclusivos, exceto as grandes notícias ou centros noticiosos) e, ao mesmo tempo, é claro, proteger mercados. (BOYD-BARRETT, 1980: 196)

Três anos depois, um novo acordo reuniu os proprietários das agências, pessoalmente, com a inclusão da agência alemã. Segundo Jacques Wolff (1991: 580; sem parentesco com o dono da agência), a causa imediata que as alertou para a conveniência de um pacto foi o fim da guerra austro-piemontesa na Itália (a “Segunda Guerra de Independência Italiana”), quando se deram conta de que a cobertura do mesmo evento pelas três agências gerava redundância de serviços, aumentava custos e dividia mercados. Na ocasião, Bernhard Wolff e Paul Julius Reuter foram recebidos em Paris na casa de Charles-Guillaume Havas e Auguste Havas (filhos de Charles Havas e proprietários da agência francesa desde a morte deste, em 1853) no dia 15 de julho de 1859. Três dias depois, assinaram o acordo de “cooperação”.

Concretamente, em 18 de julho de 1859, em Paris, as agências Havas, Reuter e Wolff se comprometeram a prestar cooperação mútua, repartindo o trabalho na Europa e prometendo estar juntas em outros continentes, embora não tenham feito referência explícita aos mesmos porque se tratavam ainda de territórios de difícil acesso ou de escasso interesse. Estes vão entrar na perspectiva europeia à medida que os acontecimentos internacionais exigissem e os meios técnicos permitissem. (GÓMEZ MOMPART & MARÍN OTTO, 1999: 103)

Os termos do acordo, segundo Wolff (1991: 580-581), incluíam os seguintes:

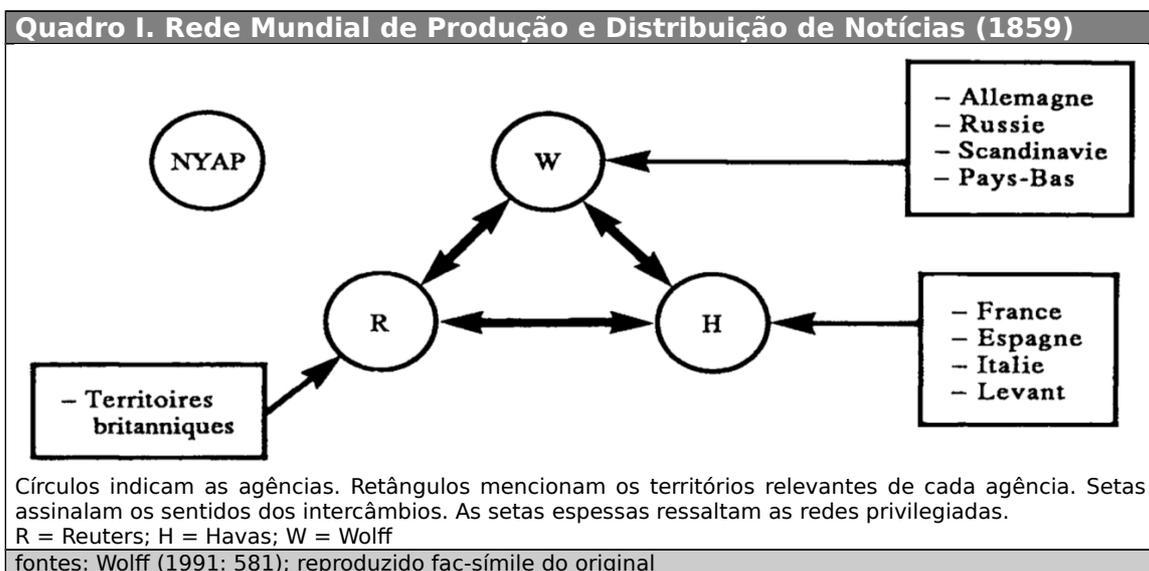
- “as agências comunicar-se-ão reciprocamente as notícias relevantes em um espaço geográfico no qual elas disponham de monopólio. Assim, a Havas encaminhará à Wolff, como ela já fazia com a Reuters, seus despachos, sem custos de comissão, relativos à França, à Espanha, à Itália, ao Oriente Médio; reciprocamente, a Wolff enviará à Havas as notícias da Alemanha, da Rússia, da Escandinávia e dos Países Baixos;
- as agências comunicar-se-ão somente entre elas. Entretanto, a Havas conservará os serviços atualmente efetuados por Augsburg, Viena, Würzburg, Stuttgart e Trieste;
- as agências desenvolverão sua cooperação, ou seja, garantirão ampliar seus serviços telegráficos, estabelecer em custeio comum sucursais nos países onde seja reconhecidamente vantajoso fazê-lo, pesquisar combinações para a transmissão de despachos que permitam poupar custos e melhorar a rapidez dos serviços”.

Por estes termos, cada uma das agências seria a única distribuidora dos serviços das demais em seus próprios países de origem e respectivos territórios. Assim, a Havas seria a única a distribuir os despachos da Wolff e da Reuters na França e nos territórios (fossem países independentes ou zonas coloniais), bem como a Wolff faria o mesmo com a Havas e a Reuters na Alemanha e a Reuters, por sua vez, com despachos da Havas e da Wolff no Reino Unido e no imenso Império Britânico.

Ou seja: na prática, ao combinar tarifas, normas de operação e, especialmente, territórios de exclusividade, as agências europeias estabeleceram um verdadeiro cartel.

As três agências europeias (Havas, Wolff e Reuters) não tardaram a perceber a dificuldade em dar conta da competição generalizada em todos os pontos do mundo – progressivamente anexados às esferas econômica e geopolítica europeias, com o imperialismo oitocentista – e em poucos anos decidiram pela criação de um cartel que, num simbólico antecedente do Congresso de Berlim, repartiu o mundo entre áreas de atuação nas quais cada uma teria monopólio tanto sobre a apuração de notícias quanto sobre a venda de assinaturas para a imprensa local. (AGUIAR, 2009b; 10)

Wolff (o autor) sintetiza no quadro seguinte o esquema de produção e distribuição de notícias montado pelas agências europeias:



Há discrepância na literatura especializada em relação à data do primeiro acordo. Mattelart (1994: 28) estabelece o ano somente em 1870; Smith (1980), em 1869; mas Boyd Barrett (1980: 116-117), Wolff (1991, 580-600) Salinas (1984: 38), Gómez Mompert & Marín Otto (1999: 103-120) e Shrivastava (2007: 13-15) esclarecem que, na realidade, houve “uma série de acordos” – que Salinas denomina como “Tratados de Agência” – que culminaram na constituição de um cartel europeu, excluindo a já ativa AP estadunidense e

outras agências nacionais menores que então se formavam (Fournier e Continentale na França, PA e Extel na Inglaterra; Hirsch na Alemanha; Stefani na Itália e Fabra na Espanha).

Tanto Wolff quanto Gómez Mompert & Marín Otto são mais detalhados ainda, ao especificar que tal série foi formada pelos acordos assinados em 1856, 1859, 1869 e 1870 (sendo este último o da divisão global, com o mapeamento dos territórios específicos de exploração exclusiva ou conjunta), com protocolos adicionais assinados em 1875 (cooperação com a Associated Press de Nova York, extinta em 1893 e sucedida pela Associated Press de Chicago) e em 1902 (atribuindo à AP o Havaí, a América Central e os territórios conquistados pelos EUA na Guerra Hispano-Americana: Cuba, Porto Rico e Filipinas).

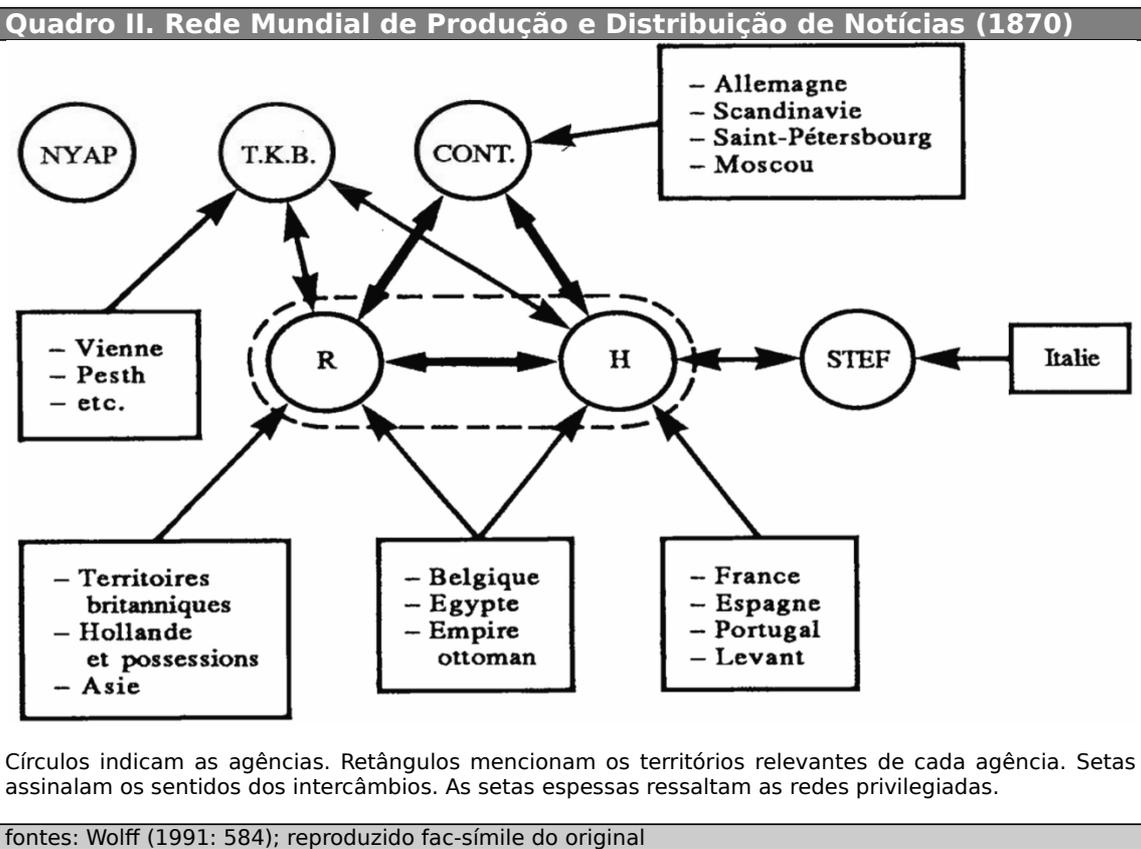
Segundo estes autores, a extensão da partilha europeia para todo o mundo – ou seja, mudando da escala regional para a escala global – foi realizada dez anos após o acordo de Paris, dando início ao sistema da “Grande Aliança”. No entanto, esta teria sido feita apenas em termos genéricos, sem a divisão territorial específica. O desenho do mapa (quadro III) aconteceria no ano seguinte, com o tratado de 1870 em que os territórios de atuação de cada agência para além da Europa foram definidos em comum acordo.

Um clássico da historiografia da comunicação internacional, a “Geopolítica da Informação” de Anthony Smith (1980), inclui texto seminal nos estudos sobre o cartel, repetido pelos sucessores, especialmente no contexto latino (incluindo aí autores de língua francesa, como Mattelart). É dele a descrição geral mais disseminada – pelo menos na pesquisa latino-americana – da cartografia do cartel: em suas palavras, “a Reuters ‘obteve’ todo o Império Britânico e todo o Oriente Médio; a Havas ‘recebeu’ a Itália, a Espanha e os impérios francês e português; à Wolff couberam as zonas menos lucrativas da Áustria e seus territórios periféricos⁵, além da Escandinávia e da Rússia. Reuter e Havas concordaram em entrar juntos na América do Sul e compartilhar os lucros, embora, mais tarde [1876], a Havas tenha ficado com todo o continente”. A mesma descrição se repete em Boyd-Barrett (1980), Shrivastava (2007), Salinas (1984), Gómez Mompert & Marín Otto (1999) e Wolff (1991).

O território da agência parisiense é mais especialmente a Europa Meridional; o da Wolff, a Europa Central e Setentrional. Quanto à britânica, vai se modelar segundo as linhas de força do império. Desde o início, um de seus alvos privilegiados será a informação comercial e financeira. A originalidade de Havas é o fato de combinar informação com publicidade. (MATTELART, 1994; 28) (grifo meu)

⁵ Pelo que se constata, até mesmo na corrida imperialista das agências os alemães ficaram com a fatia menor, refletindo o que ocorreria nas partilhas da África e da China. Ressalte-se que, por esta data, a Alemanha ainda não constituía um Estado-nação unificado, o que só ocorreria em 1871.

Além da distribuição geográfica, o acordo da “Grande Aliança” de 1870 incluiu também a consolidação das parcerias bilaterais que cada agência já vinha estabelecendo. Entre estas, havia a da Wolff com a austro-húngara Kaiserlich und Königlich Telegraphen-Korrespondenz (KKTK) e a da Havas com a Stefani italiana (antecessora da atual ANSA) e com a Fabra espanhola (precursora da atual EFE)⁶. Para Gómez Mompert & Marín Otto (1999: 103), a “Havas ocupou o vértice do sistema”. Mais importante: isolava a Associated Press de Nova York. Wolff (1991) desenha assim o novo quadro esquemático do sistema global de circulação de informações montado naquele ano:



Pouco depois da formação do cartel, as três agências modificaram sua estrutura proprietária – até então rigidamente familiar – para abrir capital na respectivas bolsas de valores, atraindo investimento de capital privado graças à rápida valorização de seus rendimentos econômicos. Assim, no mesmo ano de 1865, a Wolff converter-se-ia em

⁶ Smith (1980: 78) relata um episódio que ilustra a fidelidade das agências ao cartel: o alemão Eric Nikolai Ritzau, que fundara uma agência epônima na Dinamarca, estabeleceu um escritório em Hamburgo, onde a Reuters já tinha uma base operacional, e propôs a Paul Julius Reuter uma parceria para obter despachos de seu serviço de Londres. O conterrâneo, naturalizado britânico, negou-se e passou a tarefa a Bernhard Wolff, a quem cabia a Escandinávia no mapeamento de 1870.

Continental Telegraphen Compagnie⁷ e a Reuters passaria a ser Reuter's Telegram Company. A Havas passaria pela mesma reestruturação em 1879, tornando-se sociedade anônima e tendo ações compradas pelo Banco de Paris e dos Países-Baixos (*Banque de Paris et des Pays-Bas*, atual Paribas).

Pouco a pouco, as agências de notícias, sempre com vista ao lucro, foram ampliando seus negócios para outros terrenos correlatos ao jornalismo: a publicidade, a telegrafia privada, a indústria de cabos submarinos, negócios de transportes etc.. Desta forma, conseguiram acumular um capital importante que lhes permitiu sustentar firmemente suas atividades, investindo parte dos lucros obtidos em novas técnicas informativas, especialmente as referentes à transmissão de notícias, conscientes de que sua superioridade sobre qualquer outro meio vinha dada pela rapidez nessa tarefa. (GÓMEZ MOMPART & MARÍN OTTO, 1999: 108-109)

Os termos do acordo de 1870, naturalmente, refletiam os jogos do imperialismo. Espelhando as rivalidades franco-germânica e anglo-germânica, uma “cláusula de precedência” imposta pela Havas e pela Reuters à Wolff obrigava esta última a pagar àquelas 25% de seu lucro anual e restringia sua futura expansão. De acordo com Shrivastava (2007; 13-14), todas as outras regiões não mapeadas foram declaradas território neutro onde todas as três poderiam operar. “As sócias nos acordos pós-1870 deveriam vender suas notícias somente onde, por consentimento mútuo, estivessem suas esferas de influência; fora dessas esferas, eles forneceriam notícias somente às demais parceiras” (idem: *ibidem*).

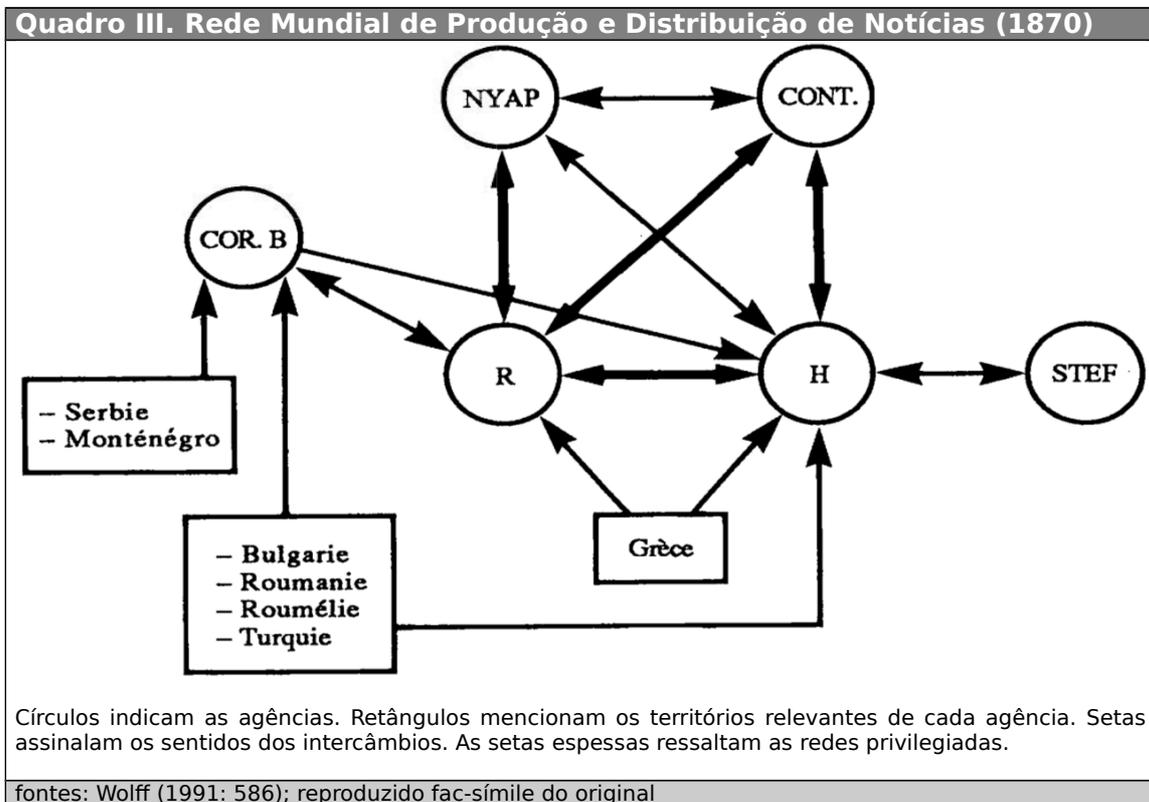
A instalação do cabo telegráfico submarino Lisboa-Recife (1874, como visto) deu margem a uma emenda determinando o continente sul-americano como área compartilhada por Havas e Reuters, assim como já o eram o Império Otomano (incluindo o Egito, naquele momento) e a Bélgica.

No ano seguinte, 1875, as três agências europeias finalmente incluíam a norte-americana Associated Press entre as “parceiras”, ainda que sem igualdade de condições. Gómez Mompert & Marín Otto (1999) registram que a AP chegou a pedir exclusividade para a América do Sul, no que foi rechaçada pelas congêneres europeias.

⁷ A literatura especializada registra uma série de nomes distintos para a agência Wolff. Na fundação, o nome formal teria sido *Telgraphische Correspondenz-Bureau*, sem referência ao nome do criador e proprietário. Mais tarde, em 1864, a empresa abriu o capital (tendo banqueiros e o Estado prussiano como acionistas) e adotou o nome *Wolffs Telegraphisches Bureau* (WTB), pelo qual ficaria conhecida a maior parte do tempo. Cinco anos depois, em reação a uma ofensiva comercial por parte de Julius Reuter (prussiano naturalizado britânico e fundador da Reuters em Londres), que tentou até comprar a empresa, Wolff concluiu uma associação estratégica com o governo prussiano, sob Otto von Bismarck, e rebatizou formalmente a agência como *Continental Telegraphen Compagnie* (CTC), tendo seu serviço de notícias o nome de *Continental Telegraphen Bureau* (CTB). Mas, no mercado e entre jornalistas, continuou sendo referida comumente como Agência Wolff.

De 1876 a 1878, a guerra nos Bálcãs (que levou à independência de Sérvia, Montenegro, Bulgária e Romênia, até então vassalos do Império Otomano) gerou um conflito entre as agências do cartel: ao contrário do que acontecera na Itália duas décadas antes, Havas e Reuters preferiram competir na cobertura, e enviaram cada qual seus correspondentes separadamente para um território que era atribuído à Wolff (WOLFF, 1991: 586).

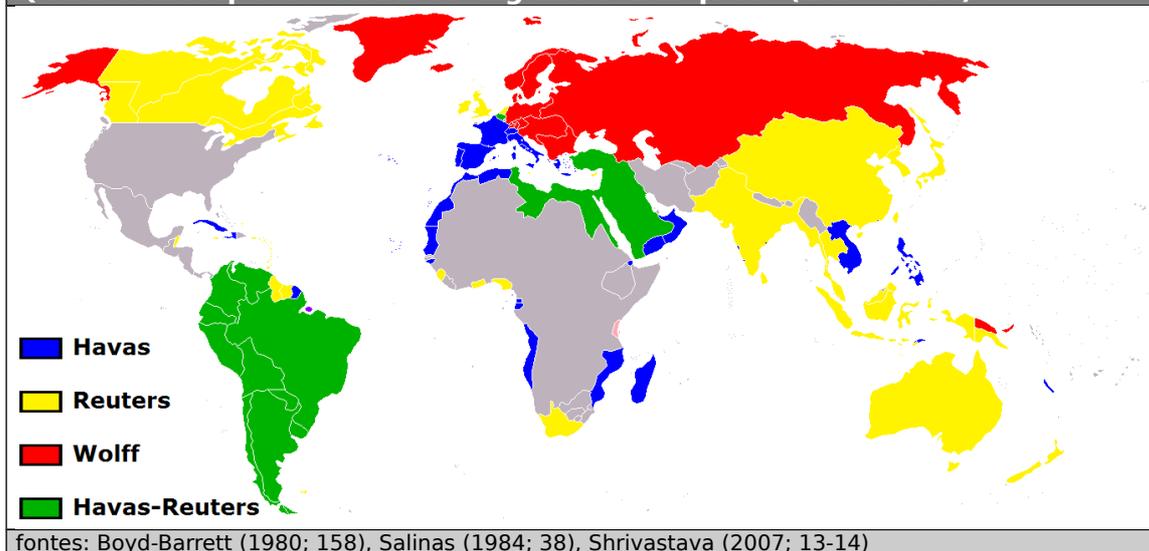
Em 1887 e 1889, termos adicionais incluíram a agência austro-húngara Kaiserlich und Königlich Telegraphen-Korrespondenz (KKTK) e a estadunidense AP como “sócias júnior”, com direitos a republicação de material (SHRIVASTAVA, 2007; 13-14). De acordo com o mesmo autor, tais inclusões foram uma estratégia patrocinada pela Reuters para prejudicar mercados da Havas. O esquema do cartel já era representado então assim:



Como observa Smith (1980; 75-76), “quase desde o início, ficou claro que o negócio da agência de notícias era, basicamente, questão de monopólio nacional, sendo muito difícil que alguma outra companhia se estabelecesse dentro de um mesmo mercado local”. Houve, no entanto, exceções: exemplos que se podem citar são a coexistência da AP de Nova York (1846-1893) com a AP de Chicago (ou Western Associated Press, embrião da atual AP; 1859-...) e, mais tarde, a UP (1885-1893; sem relação com a posterior UP que daria origem à UPI em 1958) nos Estados Unidos; a da Reuters (desde 1849) com a Press Association (desde

1868) no Reino Unido; a da Havas (1835-1940) com a Fournier (1879-1944) na França; e a da Wolff/Continental (1849-1933) com a HDB (1862-1928) e outras três agências privadas surgidas em 1868 e desaparecidas no entre-guerras na Alemanha.

Quadro IV. Mapa do Cartel das Agências Europeias (1870-1914)



Depois da Guerra de Secessão, já mencionada, as agências norte-americanas constituiriam a primeira oposição ao cartel. Por vários anos, coexistiram a Associated Press de Nova York e a Associated Press de Chicago (até a extinção da primeira, em 1893), mais da Dalziel e, no início do século XX, surgiriam as agências de cadeias de imprensa (algumas das quais eram apenas serviços de revenda de conteúdo, não exatamente agências): United Press (Scripps), International News Service (Hearst), Copley, Knight-Ridder, McClatchy. Um primeiro exemplo das tentativas norte-americanas de “furar” o cartel, ainda que efêmero, foi a agência Dalziel (1890-1893) (SMITH, 1980: 79; GÓMEZ MOMPART & MARÍN OTTO, 1999: 105-106). Fundada por Davison Dalziel em Nova York, alcançou grande sucesso rapidamente pelo “estilo sensacionalista” de seus boletins (idem). Entre 1891 e 1892, Dalziel abriu sucursais em Paris, Genebra, Bruxelas, Amsterdã, Roma, Atenas, Istambul e Madri. Chegou a ser assinada pelo *The Times* de Londres e aliou-se à edição europeia do *New York Herald* (de Gordon Bennett), baseada em Berlim. Com isso, e investimento em reportagem, a Dalziel conseguiu furos históricos, como adiantar a renúncia do chanceler alemão Otto von Bismarck, em 1890.

A incursão da Dalziel em seu continente fez as agências do cartel “correrem atrás” de recursos tecnológicos mais avançados – como a telefonia e o telégrafo sem fio – para agilizar

seus serviços, “incorporando *printings* (antecessores dos teletipos) e recorrendo a ‘telegramas de urgência’” (GÓMEZ MOMPART & MARÍN OTTO, 1999: 106). O conteúdo também foi fortalecido, prosseguem os autores, com o aumento do volume dos serviços e reforço da informação do mercado financeiro, “na qual Dalziel se havia especializado” (idem). Segundo os mesmos, a disputa por furos e boatos chamativos “tomou conta de todas as sucursais” e foi “justamente esse jogo perigoso que provocou a derrocada da Dalziel”: cometendo um erro editorial ao envolver um diplomata em um escândalo internacional, a agência “forasteira” foi apedrejada pela opinião pública francesa e reduziu-se ao serviço de notícias comerciais e financeiras.

No final do século XIX, o advento da *penny press* (imprensa popular e sensacionalista, caracterizada pelo formato gráfico tablóide) e a criação de edições europeias de jornais norte-americanos levou as agências do cartel a alterar seu escopo de pauta e a incluir no seus serviços os *faits-divers* (SMITH, 1980: 79). Era um mercado lucrativo demais para ser ignorado.

Já a Associated Press (ela mesma fundada por jornais da *penny press* nova-iorquina), feita parceira do cartel, manteve uma relação amistosa e demorou mais a enfrentar as europeias. De acordo com Shrivastava (2007: 15), o primeiro desafio da AP ao cartel europeu se deu em 1902, quando a agência nova-iorquina estabeleceu um serviço regular em Cuba, motivando o protocolo adicional já citado que reconhecia a antiga colônia espanhola como território seu.

Finalmente, a United Press, desde nascença (1907), optou por ignorar os termos do cartel europeu e enfrentar abertamente as concorrentes estrangeiras, mesmo sendo estas muito maiores e mais antigas. Foi a United Press quem, já depois da Segunda Guerra, ao garantir uma entrevista exclusiva do repórter Roy Howard com o dirigente soviético Stalin, em 1936, jogou a pá de cal sobre a lembrança do cartel.

3. Declínio e ocaso do cartel europeu

O cartel durou quase por 60 anos, até a Primeira Guerra Mundial, quando a Wolff foi debilitada pela derrota alemã (não só por depender de incentivos do Estado, mas porque a economia alemã como um todo ficou arruinada, afetando seus próprios assinantes) e teve seu território repartido entre as concorrentes. As agências norte-americanas tiveram atitudes diferentes em relação à aliança europeia: enquanto a AP foi progressivamente se aproximando do cartel, a UP e a INS (antecessoras da UPI, fundida a partir destas em 1958) optaram pelo enfrentamento direto, inclusive oferecendo seus serviços a jornais da América Latina. No entre-guerras, o cartel sobreviveu parcialmente, com a adesão formal da AP em 1927, mas a perda da

Rússia para a nascente TASS, a agência soviética. Esta assinou um acordo com AP e UP em 1934, repudiando formalmente o oligopólio europeu, no que foi seguida pela Rengo, agência japonesa. A quebra dos termos dos acordos levou a um fim definitivo do cartel, logo antes da Segunda Guerra Mundial (SHRIVASTAVA, 2007: 15).

Como visto, o acerto entre as agências precedeu em cerca de uma década as primeiras conferências setoriais internacionais realizadas pelas potências – o que sinalizava o alto grau de articulação (e, num certo sentido, de vanguarda) atingido por estas empresas.

Pela primeira vez na história, metrópoles coloniais adquiriram os meios para se comunicarem quase instantaneamente com suas mais remotas colônias. (...) O mundo foi mais profundamente transformado no século XIX do que em qualquer milênio anterior, e, entre as transformações, poucas tiveram resultados tão avassaladores quanto a rede de comunicação e transporte que foi erguida para ligar a Europa ao resto do mundo. (HEADRICK, 1981: 129-130 apud THUSSU, 2006: 6)

Em seu estudo sobre a dinâmica histórica da comunicação internacional, Thussu (2006) categoriza dialeticamente entre “continuidades” e “mudanças” os movimentos alternados e concomitantes ocorridos no setor. O autor demonstra como a comunicação sempre foi essencial para governar impérios, e que as agências – que, no dizer de Mattelart (1994), têm uma “história complexa de imbricações com o Estado” – foi uma ferramenta desse poder.

É impossível, ao contemplar a evolução destas organizações, não perceber nelas a sombra da estrutura do próprio sistema capitalista, pois o capitalismo foi um sistema de informação tanto quanto um sistema financeiro e produtivo; seu desenvolvimento exigiu incorporar, uma após a outra, as partes não exploradas do mundo em um só mercado, em que classes sociais, companhias, meios de transporte e jogo de valores ficaram inseparavelmente combinados em um só sistema, complicado e variado, crescente e interdependente. (SMITH, 1980: 73-74)

De fato, a visão categorizadora das agências de notícias como instrumentos dos impérios neocoloniais aparenta ser consenso entre autores de comunicação internacional, em suas diversas vertentes. O que pouco se enfatiza, porém, é que a “partilha do mundo” realizada pelos acordos de cartel das agências europeias não só precedeu em alguns anos como, supondo-se a atividade destas empresas como infraestrutura de circulação do capital, foi um dos fatores que permitiram a partilha imperialista.

Tanto se confirma esta relação dialética entre impérios e agências que, ao final do século XIX, quando o Império Britânico já se confirma bem à frente de seu maior rival, o império

colonial francês⁸, o mesmo ocorre com suas agências correspondentes: a Havas, por essa época, “encontra-se em uma situação análoga de subordinação em relação à agência Reuter<sic>” (MATTELART, 1994; 27). O alemão naturalizado inglês, inclusive, não se limita ao negócio da informação e atua em diversos outros setores – sempre estratégicos ao império –, como a construção de ferrovias, irrigação, mineração e obras públicas na Pérsia, obtendo junto ao xá uma autorização para fundar o Banco Imperial do país (SALINAS, 1984: 37).

As grandes agências conseguiram desempenhar papéis decisivos nos microssistemas internacionais do capitalismo em andamento. Por exemplo, [Julius] Reuter edificou seu império oriental originalmente sobre o comércio do algodão. Deu aos comerciantes britânicos, através do Oriente, dados sobre as colheitas e a produção de algodão na Índia. Sua informação política sobre a China e o resto da região se somou à sua informação especializada sobre o algodão e, assim, pôde construir dentro da Índia uma rede local, subcontinental, que por sua vez repassava informação para seus outros clientes e deitou as bases de uma indústria da imprensa na Índia. (SMITH, 1980: 78-79)

É natural e incontestável que a dinâmica histórica das agências de notícias segue a dinâmica histórica do capitalismo. Mas e a geografia delas?

Foram aqui consultados autores que compreendem as agências de notícias como infraestrutura de circulação do capital, tão importantes quanto a ferrovia e o telégrafo – que, não por acaso, também nasciam e se expandiam nessa mesma época. São, portanto, considerações sobre a relevância das agências em vencer o espaço para circular informações em escala global, num esforço precedente em mais de um século às redes de comunicação digitalizada.

O que se procurou demonstrar neste breve apanhado foi que a “geografia informativa” vigente até hoje, com suas assimetrias e relações centro-periferia, começou a ser desenhada nos acordos de cartel das agências do século XIX e que os territórios das instituições encarregadas de promover a comunicação internacional (não por utopia, senão por negócio), o que implicaria justamente no esforço de perpassar fronteiras em função da informação, foram senão confirmações dos mesmos territórios demarcados pelos poderes constituídos nas esferas política, econômica e militar, e da mesma forma como estes, também sofreram alterações em virtude de guerras, negociações e alianças interestatais. Afinal, enquanto os centros do desenvolvimento capitalista eram muito bem cobertos pelas difusoras de informação neles instaladas,

⁸ Em fins do século XIX, “o Império Britânico cobria um quinto do total do território e quase um quarto da população mundial, e suas atividades comerciais eram mais amplas que as da Alemanha e da França” (SALINAS, 1984; 37), o que, segundo a autora, deu à Reuters “maiores possibilidades de expansão”.

o resto dos continentes, que careciam de uma estrutura jornalística plenamente desenvolvida, eram cobertos na medida em que os interesses coloniais das grandes potências se vissem afetados. Por tanto, pode-se dizer que as agências no século XIX eram, sobretudo, *ocidentais* por uma questão política, porque a Europa era o centro político, econômico e cultural do mundo (“eurocentrismo”), e por uma questão técnica, posto que a telegrafia e os cabos estavam mais desenvolvidos e potencializados no velho continente. (GÓMEZ MOMPART & MARÍN OTTO, 1999: 111)

Mas também se faz necessário, num segundo momento, entender as agências de notícias como mais que instrumentos do Estado-nação e, em estágio avançado, do imperialismo; afinal, elas já estavam montadas e operantes quando eclodiu a expansão imperialista. O império das agências, deste ponto de vista, seria além de uma “faceta comunicacional” do império *de facto* das coroas europeias – seriam impérios em si mesmos, por mérito próprio.

Na verdade, aqui se crê ser possível enxergar tanto os acordos de cooperação e intercâmbio noticioso quanto os cartéis e oligopólios como paradigmas do sistema de informação internacional montado pelas agências de notícias, em detrimento da diversidade e da livre-concorrência. Como resume Smith (1980; 70), “as raízes das desigualdades do fluxo de notícias se entranham profundamente no passado e nos processos históricos”. Desde suas primeiras décadas, o cenário do mercado de agências de notícias é marcado pela concomitância de quatro ou três *players* com relevância global e um espaço diminuto relegado às demais. É um setor de concentração muito maior que qualquer outro da comunicação.

Ao final, é fundamental compreender que a constituição dos impérios comunicacionais cartografados nos acordos de cartel foi o fundamento sobre o qual se erigiu a ordem informativa mundial – desigual, assimétrica, concentrada e centrípeta – vigente, embora com adaptações, até hoje. Esta “continuidade” histórica e geográfica entre o imperialismo das agências no século XIX e os atuais “impérios eletrônicos” (ambos concentrados no Norte-núcleo do capitalismo em detrimento do Sul-periferia) foi o que Thussu (2006; xviii) ressaltou e se verifica como assombrosamente duradoura. Tal ordem só seria contestada em proporções globais durante os debates e apelos sobre a NOMIC (década de 1970) e só modificada mais profundamente, em termos geopolíticos e econômicos, com a disseminação dos processos digitais e da comunicação em redes (virada do século XX para o XXI).

Referências bibliográficas

- AGUIAR, Pedro. **Jornalismo Internacional em Redes**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social/Prefeitura do Rio, 2008. (coleção “Cadernos da Comunicação”, vol. 20)
- _____. “Marx explica a Reuters: anotações para leituras da economia política sobre agências de notícias”. In: **Anales del VII Congreso Internacional de la ULEPICC**. Madri: Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), 2009.
- _____. “Notas para uma História do Jornalismo de Agências”. In: **Anais do Encontro da Rede Alfredo de Carvalho de História da Mídia**. Fortaleza: Rede AICar, 2009.
- BOYD-BARRETT, Oliver. **The International News Agencies**. Londres/Beverly Hills: Constable, SAGE, 1980.
- GÓMEZ MOMPART, Josep L.. MARÍN OTTO, Enric. **Historia del Periodismo Universal**. Madri: Síntesis, 1999.
- MATTELART, Armand. **Comunicação-Mundo: história das ideias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- SALINAS, Raquel. **Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo**. Quito: The Quito Times, 1984.
- SHRIVASTAVA, K.M.. **News Agencies: from pigeon to internet**. Nova Délhi: New Dawn Press/Sterling, 2006.
- SMITH, Anthony. **La Geopolítica de la Información**. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1980.
- THUSSU, Daya Kishan. **International Communication: continuity and change**. Londres: Hodder Arnold, 2006.
- UNESCO. **News Agencies: their structure and operation**. Paris: UNESCO, 1953.
- WOLFF, Jacques. “Structure, fonctionnement et évolution du marché international des nouvelles: les agences de presse de 1835 à 1934”. In: **Revue Économique**. vol.42, n°3, 1991. pp.575-601.