
Wilton Fonseca e Mário de Carvalho

Para a história do jornalismo de agência em Portugal

Para a história do jornalismo de agência em Portugal

For the history of agency journalism in Portugal

Wilton Fonseca (jornalista)

wiltonfonseca@hotmail.com

Mário de Carvalho (jornalista)

carvalhommc@sapo.pt

Resumo

O jornalista Luís Caldeira Lupi (LCL) já era uma figura conhecida em Lisboa antes de fundar, em 1944, a primeira agência noticiosa portuguesa (a Lusitânia). Durante anos foi correspondente em Portugal de algumas publicações estrangeiras e de agências noticiosas, entre elas a Reuters e a Associated Press (AP).

Durante a II Guerra Mundial e a Guerra Civil de Espanha o seu trabalho para a AP foi intenso: recebia telefonemas dos jornalistas norte-americanos que se encontravam em serviço em zonas de conflito e transmitia as informações para Londres ou Nova Yorke também dava apoio no seu escritório de Lisboa aos jornalistas da agência norte-americana que passavam pela capital portuguesa. Havia, na altura, uma autêntica guerra entre os jornalistas das agências noticiosas e a Censura: os primeiros não queriam submeter os seus textos às autoridades, dado que isto originava grandes atrasos na transmissão do noticiário, o qual muitas vezes não era sequer reduzido a escrito, sendo apenas telefonado; a Censura, por seu lado, tinha todo o interesse em obter em primeira mão a informação dos jornalistas antes que ela chegasse às sedes das agências e conseqüentemente aos meios de comunicação de todo o mundo. Problema semelhante ocorria com as fotografias. A Censura do Estado Novo nunca conseguiu dominar a situação.

Enquanto lhe foi possível, a AP continuou a promover a distribuição do seu serviço fotográfico na Alemanha, fazendo também chegar fotografias da Alemanha a todo o mundo. Havia constituído, para isso, uma poderosa sucursal naquele país; aproveitou o facto de todas as agências estrangeiras serem proibidas de operar na Alemanha nazista para permanecer com um lugar único no mercado, dado ser considerada uma agência nacional.

Como capital de um país neutral, Lisboa não era apenas um ninho de espiões, mas também um ponto obrigatório de passagem de fotografias, transportadas por correio aéreo. Enquanto os alemães aproveitavam o serviço fotográfico para mostrar ao mundo imagens do seu poderio bélico, os Estados Unidos ofereciam cenas da vida quotidiana despreocupada de um país neutral. As imagens que chegavam a Lisboa, destinadas à Alemanha, seguiam viagem sem qualquer problema. Mas as que se destinavam aos Estados Unidos e mostravam o perigo bélico alemão começaram a ser apreendidas pelos ingleses, nas Bermudas, um outro ponto de passagem obrigatório para os aviões que faziam a ligação entre os dois lados do Atlântico. Na colónia, as autoridades britânicas também procuravam, junto dos passageiros, informações sobre a França ocupada e sobre a Europa em geral.

Numa tentativa de burlar a censura portuguesa, encurtar a possibilidade de demora no envio de fotos e de features para a sede da AP em Nova York e ainda de evitar a possibilidade de apreensão de fotos nas Bermudas, LCL e os seus superiores norte-americanos engendraram um estratagema. LCL deslocava-se ao aeroporto de Lisboa e pedia a um passageiro em trânsito para Nova York que levasse consigo um envelope com o material aguardado pela sede da AP.

O estratagema apenas funcionou durante algumas semanas. Certo dia, LCL almoçou em Lisboa com uma senhora francesa, que viajava para Nova York, onde a sua filha vivia. Tratava-se de Marie Pons, mãe de Lily Pons, uma das grandes estrelas da ópera, na altura. A senhora Pons foi interrogada pelos britânicos nas Bermudas, e teve de explicar a origem do envelope com textos e fotografias de que era portadora. O interrogatório a que foi submetida Marie Pons viria a causar muitas dores de cabeça a LCL.

Palavras-chave: Jornalismo; Guerra; Associated Press; Reuter.

Abstract

The journalist Luís Caldeira Lupi (LCL) was already a well-known figure in Lisbon before he founded the first Portuguese news agency (Lusitânia) in 1944. In previous years he had been the correspondent in Portugal of foreign publications and news agencies, among them Reuters and the Associated Press.

During World War II and the Spanish Civil War his work for AP was intense: he received telephone calls from American journalists who were working in combat zones and transmitted the information to London or New York. In addition, he provided support in his office in Lisbon for journalists from the American agency who passed through the Portuguese capital. At the time there was an ongoing war between journalists of the news agencies and the Portuguese Censorship. The former had no wish to submit their texts to the authorities, considering that this often led to large delays in the transmission of the news item (which frequently was not in written form but was only telephoned in.) The Censorship, for its part, was only too interested in getting the journalists' information before it reached the agencies' headquarters and consequently the whole world's news media. A similar problem occurred with photographs.

The censorship of Portugal's Estado Novo never managed to get complete control of the situation.

As long as possible, AP continued to promote the distribution of its photographic service within Germany and also managed to distribute its photographs of Germany all over the world. For this purpose it had organized a powerful branch in that country which was classified as a German enterprise. It took advantage of the fact that all the other foreign agencies were prohibited from operating in Nazi Germany and thus achieved a position in the market which was unique for what was considered a merely a national agency.

As the capital of a neutral country, Lisbon was not only a nest of spies but also an obligatory point for the transfer of photographs carried by air mail. While the Germans took advantage of their photographic service to show the world images of their military power, the United States offered normal everyday scenes of a neutral country. Photographs that came through Lisbon bound for Germany continued on their way without problems. At this point the United States was still neutral. However, those that were bound for the United States and demonstrated German military strength might begin to be seized by the English in Bermuda, which was another obligatory stopping point for planes that crossed between the two sides of the Atlantic. In the colony, the British authorities also sought among the passengers for information about occupied France and about Europe in general.

In an attempt to get around the Portuguese Censorship, lessen the possibility of delay in the sending of photographs and features to AP headquarters in New York, and to avoid the possible seizing of photographs in Bermuda, LCL and his American superiors engineered a stratagem. LCL would go to the airport in Lisbon and ask a passenger in transit to New York to take with him an envelope bearing material which was expected at headquarters in New York. The stratagem worked for only a few weeks. One day LCL had lunch in Lisbon with a French lady who was traveling to New York where her daughter lived. The lady was Marie Pons, mother of Lily Pons, one of the greatest opera stars of the time. Madame Pons was interrogated by the British in Bermuda and had to explain the origin of the envelope with texts and photographs she was carrying. The interrogation to which Marie Pons was subjected would come to cause LCL many headaches.

Key Words: Journalism; War; Associated Press; Reuters.

Introdução

O modo de funcionamento das agências noticiosas nacionais, o noticiário por elas produzido e o seu impacto, ao longo dos anos, nos meios de comunicação de língua portuguesa têm sido pouco estudados entre nós.

A escassez de trabalhos sobre o noticiário das agências pode ser explicada, em boa parte, pela dificuldade que apresenta a recolha de um *corpus* de investigação: enquanto é relativamente fácil desenvolver um trabalho de pesquisa a partir de um conjunto de meios impressos

(jornais, semanários, revistas), mostra-se muito difícil reconstituir – parcialmente ou na íntegra - o serviço noticioso de um único dia que seja de uma agência.

Quando os autores deste trabalho iniciaram a investigação do tema a que se têm dedicado – a história das agências noticiosas portuguesas¹ – constataram muito rapidamente que quase todos os estudos e pesquisas que abordam o assunto revelam pouca familiaridade com o modo de funcionamento daquele meio muito particular de comunicação social. Isto não seria muito grave se não implicasse, conseqüentemente, um grande desconhecimento do funcionamento das próprias redações dos meios de comunicação naquilo que é determinado pela existência das agências noticiosas – o que é muito².

Este modesto trabalho pretende, assim, ser um desafio à Academia e aos jornalistas em geral. À Academia, por se tratar da única entidade que dedica atenção aos estudos sobre comunicação e jornalismo em Portugal; aos jornalistas em geral, porque eles só teriam a lucrar se se debruçassem sobre a história dos meios de comunicação. Neste processo, seria necessário e obrigatório ter em conta a marca deixada pelas agências como principal fonte de informação dos órgãos de comunicação social. Se não se tiver isto em conta – não se fazendo o exercício de (re)conhecimento da maneira como a profissão é ou foi exercida – jamais será possível questionar certas teses que se encontram solidificadas ou em processo de solidificação. É por não se fazer tal exercício que a importância do serviço das agências nos meios de comunicação social tem sido sistematicamente negligenciada.

Em 1944, quando a primeira agência noticiosa portuguesa – a Lusitânia – começou a funcionar, o grosso do noticiário internacional publicado nos jornais portugueses provinha da Havas, da Reuters e da Wolff (a agência alemã). A ANSA, assim como os instrumentos da propaganda italiana, já então tinham uma presença modesta em Portugal. Com o fim da Segunda Guerra Mundial e o estabelecimento de uma nova ordem política internacional dá-se também o surgimento de uma nova ordem informativa³. A agência alemã e a italiana desapareceriam dos noticiários, a Havas eclipsar-se-ia para dar lugar à AFP e as agências norte-americanas AssociatedPress e United Press impor-se-iam como as mais poderosas fontes de informação mundiais, ao lado da Reuters.

Na Imprensa portuguesa, durante toda a Segunda Guerra Mundial, grande parte dos “despachos” (“telegramas”) sobre a evolução da situação política internacional era apenas traduzida e titulada em Português. Todos os jornais publicavam os seus comentários e editoriais sobre o assunto, mas a neutralidade do país e os escassos financeiros das empresas jornalísticas não aconselhavam o recurso habitual a enviados ao teatro de operações.

¹ Wilton Fonseca, Mário de Carvalho e António Santos Gomes estão a preparar o terceiro volume da série “Heróis anónimos – jornalismo de agência”, uma coletânea de depoimentos de pessoas que protagonizaram momentos importantes na história das agências portuguesas, de 1944 à atualidade.

² As nossas observações referem-se ao noticiário (“hard news”), e não a outro material que pode ser distribuído por agências noticiosas.

³ O conceito do livre fluxo informativo e a luta contra as barreiras políticas impeditivas da troca de informação passam então a ser uma preocupação constante para jornalistas, comunicadores, sociólogos e políticos.

Ao longo dos anos, fora do âmbito das grandes agências noticiosas internacionais, inúmeras empresas forneceram à Imprensa portuguesa análises, comentários, ilustrações (fotografias e outras), "featurestories" e passatempos (banda desenhada incluída), além dos populares e quase inevitáveis folhetins. Muitas dessas verdadeiras fábricas de informação tiveram escritórios em Lisboa, outras limitaram-se a abrir sucursais em Madrid e enviar regularmente à capital portuguesa os seus representantes. Estes muito frequentemente representavam mais do que uma agência.

A história da presença em Portugal de todas essas agências estrangeiras ainda está por fazer. Alguns pesquisadores e estudiosos, debruçados sobre os mais variados projetos de trabalho, têm sido confrontados com o problema de decifrar o significado das diversas siglas (muitas vezes apenas uma inicial) que é possível encontrar em meio a todo o noticiário publicado pelos jornais do Século XIX e das primeiras décadas do século passado: não havia (como ainda não há, nos dias de hoje) critérios rígidos para assinalar o material aproveitado das agências, muitas das quais tiveram uma existência efémera.

A situação tende a modificar-se com a entrada em cena da Lusitânia. A agência, fundada pelo jornalista Luís Caldeira Lupi, foi criada à sombra da Sociedade de Propaganda de Portugal e sob a proteção do então ministro das Colónias, Marcello Caetano, com o objetivo principal de enviar noticiário da Metrópole para as colónias e para as comunidades luso-falantes de todo o Mundo, entre elas o Brasil, e delas trazer noticiário que pudesse ter interesse para os jornais e para a rádio. Em termos gerais, os objetivos da Lusitânia não eram muito diferentes daqueles das agências que surgiram mais tarde.

A inauguração da Lusitânia é noticiada nos jornais diários de 31 de Dezembro de 1944. Abrem o primeiro serviço noticioso duas mensagens especialmente escritas para a ocasião, assinadas pelo Presidente da República, marechal Óscar Carmona, e pelo ministro das Colónias. Apesar de um pedido de Caetano, que lhe garantia a idoneidade ideológica do serviço e a ausência de custos para o Estado, Salazar recusa-se a assinar uma mensagem. O serviço da agência era composto por duas mil palavras e tanto os CTT como a Marconi reduziram as taxas das comunicações, por solicitação de Caetano (Fonseca e Gomes, 2017: 61 e seguintes).

Os órgãos de comunicação teriam acolhido bem o noticiário, oferecido sem custos. Nas suas memórias, Lupi refere que recebeu muitas mensagens de congratulação pelo lançamento do serviço, e que as suas crónicas sobre a situação nacional (e os seus louvores à obra do Estado Novo) encontraram, de imediato, bom acolhimento na Imprensa da emigração (Lupi, 1973: 123 e seguintes).

Os primeiros meses de atividade da Lusitânia são de intensa atividade e muito dinamismo. Marcello Caetano afirmava que já não precisava ler os jornais, porque sabia as notícias antes deles; os ministros da Guerra e do Ultramar estudavam a possibilidade de enviar o noticiário da agência para os soldados estacionados em África e nos Açores; a Reuters queria empreender uma "joint venture" com Lupi, o qual recusa, em nome da sua "independência" (Fonseca e Gomes, 2017: 64).

Aos poucos, as dificuldades financeiras ganharam vulto e passaram a constituir um eterno pesadelo tanto para o criador da empresa como para os seus colaboradores. Num dos primeiros encontros que manteve com Caetano depois da entrada em funcionamento da agência, Lupi quis discutir a possibilidade de uma rápida expansão da empresa para o Brasil e a obtenção de mais apoios financeiros. Caetano estava mais interessado em manifestar o seu desagrado perante uma série de notícias que a agência havia distribuído sobre a Conferência de Ialta (encerrada em 11 de Fevereiro de 1945), com base em artigos publicados pelo opositor *Diário de Lisboa*, e que alegadamente continham críticas à política externa do governo (Lupi, 1973: 148). O jornalista ficou inquieto quanto ao futuro e percebeu imediatamente que Caetano não havia tomado as devidas precauções sobre as finanças da empresa que ajudara a criar (Fonseca e Gomes, 2017: 64). A inquietação de Lupi aumentaria ao longo do tempo. Transformar-se-ia em pânico e despeito quando teve conhecimento dos planos para o lançamento de uma segunda agência noticiosa (o que ocorreria em 1947), que Caetano não desconhecia o assunto e que até apoiava o projeto⁴.

Quando a ANI (Agência de Notícias e Informações) começa a funcionar, o serviço da Lusitânia já havia perdido muito do seu prestígio inicial. O seu noticiário era visto como muito mais conservador e muito menos profissional do que o da sua rival, apesar, de aparentemente, as duas não serem concorrenciais.

A ANI foi fundada por três jornalistas: Dutra Faria, Barradas de Oliveira e Marques Gastão. Dutra e Barradas tinham tido ligações ao nacional-sindicalismo e eram, assim como Luís Lupi, apoiantes declarados do Estado Novo. Dutra Faria desempenhou as funções de diretor da agência, enquanto Barradas de Oliveira ali colaborava esporadicamente, dedicando o seu tempo à direção do *Diário da Manhã*, órgão oficial da União Nacional, e à Caixa Geral de Depósitos, de que era diretor de serviço. Marques Gastão teve uma passagem mais curta pela agência, tendo vendido a sua participação na empresa aos outros dois proprietários.

Os objetivos e os métodos de trabalho da Lusitânia e da ANI eram semelhantes, mas não coincidentes: a ANI trabalhava de olhos postos no mundo de língua portuguesa; a ANI, depois do período inicial em que apenas distribuía "clippings" (recortes recolhidos nas publicações estrangeiras que chegavam ao aeroporto de Lisboa a bordo dos aviões provenientes da Europa ou da América), passou a fornecer noticiário internacional, em língua portuguesa, aos órgãos de comunicação social.

A Lusitânia e a ANI geralmente não faziam "jornalismo de rua". O noticiário era preparado na redação, com o material que ali ia parar: muitas vezes era uma simples colagem de passagens retiradas de artigos dos jornais. Por vezes os jornalistas eram desaconselhados a escrever sobre o assunto a propósito do qual tinham sido destacados: era preferível esperar pelo dia seguinte e verificar aquilo que a Imprensa iria publicar.

À semelhança da Lusitânia, a ANI também conheceu dificuldades financeiras nos seus primeiros anos de existência. A agência só prosperou financeiramente quando Salazar lhe

⁴ No início do funcionamento da Lusitânia, Dutra Faria trabalhava para Lupi.

estendeu a mão. A pedido de António Ferro, o ditador recebeu “os rapazes da ANI” em 13 de Novembro de 1954 e falou-lhes do interesse que a agência United Press tinha em abrir um escritório em Lisboa. A agência norte-americana estava interessada em estabelecer uma “joint-venture” com a agência portuguesa. Perante a recusa de Dutra Faria e de Barradas de Oliveira (que, como Lupi já havia feito em relação à Reuters, proclamaram o seu apego à “independência”), acabou por aceitar uma operação mais modesta, passando a vender o seu noticiário em exclusivo, para ser distribuído em língua portuguesa aos jornais nacionais.

Por que razão Salazar teria intercedido a favor da United Press junto de Dutra Faria e de Barradas de Oliveira? As razões não são muito claras e mereceriam ser investigadas. Desde a década de 30 a AP vinha sendo representada em Portugal por Luís Lupi⁵, o qual também colaborava com a Reuters. A AP transmitia os comentários políticos de Lupi para o estrangeiro. Ao longo de muitos anos, os enviados especiais da AP ou os seus correspondentes destacados para Portugal trabalharam no escritório de Lupi e com ele enfrentaram alguns problemas com as autoridades. A AP tinha como ponto de honra não comercializar os seus produtos noticiosos em países onde houvesse censura. Por este motivo ou por outros, Salazar e António Ferro pensavam que a AP não oferecia uma imagem positiva de Portugal nos telegramas que enviava para os seus clientes em todo o mundo. A United Press (United Press International – ou UPI, depois de 1958) tinha uma imagem mais confortável junto do Estado Novo e sentia-se à vontade para comercializar o seu noticiário no mercado português.

Para fazer face ao compromisso de distribuir o serviço da United Press, a ANI cria uma redação de tradutores especializados. Aos poucos, acompanhando a evolução do trabalho dos seus clientes, elabora serviços cada vez mais diversificados. No final dos anos 60, a sua presença nos jornais é incomparavelmente maior do que a da Lusitânia⁶.

Luís Lupi via como uma imperdoável traição política a falta de um maior apoio do regime à sua agência, atribuindo a isto a supremacia da ANI. No final dos anos 60 já considerava o seu antigo amigo Caetano como um inimigo. Assim, aproximou-se gradualmente dos setores mais conservadores do regime, nomeadamente do almirante Américo Tomás e daqueles que aberta e incondicionalmente apoiavam Salazar.

O aumento da importância política de Caetano consolida o prestígio da ANI. Ao contrário de Lupi, Dutra Faria e Barradas de Oliveira fazem parte incontestável da máquina de propaganda do marcelismo. Jaime Nogueira Pinto (1995: 187) afirma que a subida de Marcello Caetano ao cargo de presidente do Conselho de Ministros (com o afastamento de uma série de outros possíveis candidatos) foi “preparada e trabalhada” por aquilo que ele designa de “grupo marcelista da informação”, o qual seria constituído por Dutra Faria e Barradas de Oliveira, além de César Moreira Baptista, João Coito e outras figuras conhecidas do regime. Segundo Nogueira Pinto, partem do SNI (Secretariado Nacional da Informação) e da ANI as primeiras

⁵ Lupi foi também correspondente da Reuters durante muitos anos. Só começou a trabalhar em exclusivo para a AP no auge da guerra mas manteve sempre relações muito amistosas com a agência britânica.

⁶ Para um quadro do aproveitamento do serviço das agências pelos jornais portugueses, em 1962, ver Fonseca e Gomes (2017).

sugestões, para os correspondentes estrangeiros, de que Marcello seria o nome mais adequado para suceder a Salazar.

Após a nomeação de Marcello – afirma Nogueira Pinto – toda a Imprensa portuguesa, fosse ela da esquerda ou da direita, teria decidido apostar na “evolução do regime”. Estabeleceram-se então, entre o chefe do Governo e os jornais, “interessantes jogos de cortesia e boas vontades, em que Barradas de Oliveira e Dutra Faria não ficavam atrás de Norberto Lopes e Raul Rego, nos encomios à liberdade e à democracia, retribuindo estes a gentileza, gostosamente, com prudentes mas agradecidos elogios a Marcello Caetano, e aos novos rumos da sua administração” (1995: 187).

As expectativas e os elogios iriam perdurar durante toda a “primavera marcelista”. As observações de Nogueira Pinto tendem a desfazer as análises maniqueístas que geralmente são utilizadas no exame do comportamento da Imprensa durante o Estado Novo e, de maneira particular, durante a guerra colonial. Isto mesmo é notado num trabalho assinado por Tânia Alves (“O sentido fabricado do início da guerra em Angola na imprensa portuguesa”), inserido num recente livro editado por Sílvia Torres (2016). Alves nota que as primeiras informações publicadas em Portugal sobre os incidentes ocorridos em Luanda em Fevereiro de 1961 reproduziam um comunicado do Governo-Geral de Angola, veiculado pelo SNI e que nos dias que se seguiram quase todos os jornais examinados no trabalho (nomeadamente *O Século*, o *Diário de Notícias*, e o *Diário de Lisboa*) enfatizaram o carácter alienígena dos acontecimentos, adotando imediatamente como sua uma visão que o regime havia escolhido como parte da sua estratégia de informação para explicar o acontecimento.

A ensaísta reproduz passagens do *Diário de Notícias* de 6 de Fevereiro de 1961 (“muitos dos assaltantes presos, entre os quais estão alguns europeus, são estrangeiros e nem sequer falam português”). O jornal indica que utilizou, como fonte, informações dos telegramas da Lusitânia e da ANI. O “letmotiv” do carácter estrangeiro da organização dos motins será reproduzido inúmeras vezes nos dias seguintes, já não se sabe se com origem em informações das agências ou não: “já não era necessário, a mensagem já fora captada e difundida” – refere a ensaísta.

Assim, a informação da Lusitânia e da ANI era absorvida pelos jornais e trazida à opinião pública como se por eles tivesse sido produzida em primeira mão. Raramente as fontes eram referidas. Na obra de Torres, o trabalho das duas agências noticiosas portuguesas em funcionamento em 1961 não é mencionado mais do que meia dúzia de vezes. Constituem exceções os depoimentos publicados de dois consagrados jornalistas, Joaquim Letria e José Manuel Barroso, os quais têm nos seus currículos profissionais diversas passagens por agências noticiosas.

A obra põe em destaque que a cobertura da guerra colonial foi parca, defeituosa e superficial (Joaquim Letria considera que a própria história da guerra colonial ainda está por contar); afirma que praticamente não houve cobertura da guerra *in loco*; que a maior parte do noticiário sobre o tema foi escrita muito *a posteriori*, tendo sempre passado pelo crivo das censuras (nos seus três níveis: a autocensura, a censura dos militares e a censura oficial). O livro conclui que

a cobertura da guerra colonial feita por jornais da "situação" (*Diário da Manhã* e *O Século*) não foi muito diferente da cobertura feita em jornais da "oposição" (*Diário de Lisboa* e *República*). A explicação só pode ser uma: fossem da oposição ou da situação, os jornais baseavam o seu noticiário sobre o assunto nas informações recebidas das agências noticiosas, o que lhes merecia mais crédito do que as frequentes notas distribuídas pelas Forças Armadas ou pelo governo.

Até que ponto as agências Lusitânia e ANI terão sido responsáveis pela criação e manutenção, no país e no estrangeiro, da imagem que o Estado Novo pretendeu projetar da nação? Embora o esforço de criação da imagem de uma pátria corporativa tenha abrangido diversos organismos e instituições, as duas agências noticiosas não terão sido, certamente, as menos importantes. As duas serviram muitas vezes de garantia para que os jornais pudessem abordar determinados temas sem muito se preocuparem com a Censura. Por outro lado, tomar a defesa do Estado em relação a algumas questões não era sentido pelas agências como uma violação de princípios profissionais ou deontológicos: Dutra Faria e Barradas de Oliveira eram comentaristas habituais da televisão; o jornal dirigido por Barradas de Oliveira era o principal porta-voz das posições da União Nacional e Lupi, por seu turno, publicava frequentemente opúsculos em defesa das mais importantes causas do governo.⁷

Os responsáveis pelas duas agências assumiram muitas vezes posições (algumas vezes públicas) contra a Censura. Não consideravam que a manipulação ideológica revelada por muitas das notícias das suas agências ferisse, de algum modo, o grau de profissionalismo que reclamavam para as mesmas. Este era frequentemente exaltado por nomes consagrados do jornalismo internacional que visitavam Lisboa. No entanto, o serviço das duas agências incluía comentários diários sobre a situação política nacional e internacional e o noticiário (ao contrário daquilo que viria a ser regra para as agências, depois do 25 de Abril) não era parco na adjetivação. Paradoxalmente, havia regras estritas de redação do noticiário nas duas agências. Quando Lupi funda a Lusitânia, impõe de imediato à sua recém-criada e pouco numerosa redação o primeiro livro de estilo que se conhece no jornalismo português⁸. Imposto como uma "ordem de serviço", terá sido preparado, muito provavelmente, à imagem de regras de redação então em vigor na AssociatedPress.

Considerações finais

O trabalho da Lusitânia e da ANI (e mais tarde o trabalho de todas as agências que operaram em Portugal, entre elas as próprias agências estrangeiras) influenciou a própria operação interna dos grandes órgãos de comunicação social. Não apenas no que se refere ao conteúdo da informação difundida, mas também ao modo de funcionamento das redações, à estrutura do noticiário, ao horário das transmissões noticiosas na rádio, à adoção e manuseamento de

⁷ Um dos seus mais conhecidos opúsculos foi publicado em 1970: "O Ultramar português contra Mário Soares – colectânea de notícias que demonstra a forte e inabalável vontade dos portugueses do Ultramar de o continuarem a ser".

⁸ O documento é reproduzido na íntegra em Fonseca e Gomes (2016).

novos equipamentos e de nova tecnologia. Estes, entre outros aspetos, merecem ser investigados.

Só quando for mais conhecido o papel desempenhado pela Lusitânia e pela ANI (e mais tarde pela ANOP, NP e pela Lusa) na Informação que se produziu em Portugal, nomeadamente em alturas de grandes crises nacionais como a guerra colonial, as convulsões políticas nas antigas colónias e o processo de descolonização, será possível avaliar com rigor o comportamento dos meios de comunicação social. Trata-se de um grande desafio – mais um – para os historiadores da Comunicação.

Bibliografia

ALVES, Tânia (2016): O sentido fabricado do início da guerra em Angola na imprensa portuguesa. In: TORRES, Silva, *O jornalismo português e a guerra colonial*, Lisboa, Ed. Guerra & Paz.

FONSECA, Wilton (1995): *À sombra do poder – a história da Lusitânia 1944 – 1974*, Lisboa, Ed. Memórias doTempo.

FONSECA, Wilton e CARVALHO, Mário de (2016): *Heróis anónimos – Jornalismo de agência, história da ANOP e da NP 1975 – 1986*, Lisboa, Perfil Criativo.

FONSECA, Wilton e GOMES, António Santos (2017): *Heróis anónimos 2 – Jornalismo de agência, história da Lusitânia e da ANI 1944 – 1975*, Lisboa, Perfil Criativo.

LUPI, Luís C. (1970): *O Ultramar português contra Mário Soares*, Lisboa, Sociedade de Propaganda de Portugal.

LUPI, Luís C. (1971, 1972 e 1973): *Memórias – diário de um inconformista* (1971 – vol. I, 1972 – vol. II, 1973 – vol. III), Braga, Ed. Pax.

PINTO, Jaime Nogueira (1995): *Portugal, os anos do fim – o fim do Estado Novo e as origens do 25 de Abril*, Lisboa, Difel.

TORRES, Sílvia (org). (2016): *O jornalismo português e a guerra colonial*, Lisboa, Ed. Guerra & Paz.