

DOSSÊ

CIRCULAÇÃO DE NOTÍCIAS NO ESPAÇO LUSÓFONO:

intercâmbio jornalístico entre agências de notícias do Brasil e dos PALOPs¹

Copyright © 2017
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

JULIANA LISBOA

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo – RS, Brasil
ORCID: 0000-0002-7518-9691

PEDRO AGUIAR

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro – RJ, Brasil
ORCID: 0000-0001-8812-6545

DOI: <http://dx.doi.org/10.25200/BJR.v13n3.2017.1011>

RESUMO – O artigo aborda o intercâmbio de notícias entre o Brasil e os países da África de língua portuguesa, operado por meio de suas respectivas agências nacionais de notícias. Entender de que forma se dá o fluxo informativo a partir das agências é o principal objetivo deste estudo. Para isso, fez-se uma pesquisa quantitativa e comparativa sobre o aproveitamento de textos de cada agência em todas as demais, por meio de análise de conteúdo sobre citações no material publicado em seus respectivos websites, no intervalo de maio de 2016 a maio de 2017. Apesar de fatos de grande repercussão internacional ocorridos no Brasil no período, o intercâmbio verificado foi mínimo. Para analisá-lo, são aqui adotadas as perspectivas da Economia Política das agências de notícias, de Boyd-Barrett (1980), e de circulação de notícias (Machado, Medina.) O trabalho incorpora o conceito de território-rede à análise do intercâmbio de notícias e se concentra na análise das estruturas de produção da notícia. A esfera geocultural lusófona é entendida como um espaço de circulação de informações e propõe-se uma interlocução entre as Geografias da Comunicação e os estudos de jornalismo.

Palavras-chave: agências de notícias; jornalismo na África; geografias da comunicação; circulação de notícias

CIRCULACIÓN DE NOTICIAS EN EL ESPACIO LUSOHABLANTE: intercambio periodístico entre agencias de noticias de Brasil y los PALOPs

RESUMEN – El artículo aborda el intercambio de noticias entre Brasil y los países lusohablantes de África, operado por sus respectivas agencias nacionales de noticias. Comprender de qué forma se pasa el flujo de información desde las agencias de noticias es el objetivo principal de este estudio. Para ello se llevó a cabo una encuesta cuantitativa y comparativa por medio de análisis de contenido sobre el aprovechamiento de noticias de cada agencia en cada una de las demás, mediante replicación o atribución como fuente entre los contenidos en sus respectivos sitios web, en el lapso comprendido entre mayo de 2016 y mayo de 2017. Pese a la gran repercusión internacional de sucesos en Brasil en ese período, el intercambio

constatado ha sido mínimo. Para analizarlo, se utilizan las perspectivas de Economía Política de las agencias de noticias, de Boyd-Barrett (1980), y de la circulación de noticias (Machado, Medina). El artículo aplica el concepto de territorio-red al análisis del intercambio de noticias y se centra en el análisis de las estructuras de producción de noticias. La esfera geocultural de lengua portuguesa se la entiende como un espacio de circulación de información y se propone una interlocución entre las Geografías de Comunicación y los estudios de Periodismo.

Palabras-clave: agencias de noticias; periodismo en África; geografías de la comunicación; circulación de noticias.

NEWS CIRCULATION IN THE PORTUGUESE-SPEAKING SPACE: news exchange between news agencies of Brazil and Lusophone Africa

ABSTRACT – The paper addresses the news exchange between Brazil and Portuguese-speaking countries of Africa, as operated by their respective national news agencies. The main goal in this study is to understand how is the information flow carried by those news agencies. In order to achieve that, a quantitative and comparative survey through content analysis is conducted on the usage of news from each agency in every other, by means of replication or attribution as source among the contents in their respective websites, within the timespan from May 2016 to May 2017. In spite of the great international exposure to developments in Brazil in that period, the exchange was noticed as minimal. In order to analyze it, we make use of the Political Economy of the news agencies, from Boyd-Barrett (1980), and the circulation of news (Machado, Medina). The paper applies the concept of network-territory to the analysis of news exchange and focuses on analyzing the structures of news production. The geocultural sphere of the Portuguese-language is understood as a space of information circulation and it is hereby proposed an interlocution between the Geographies of Communication and the Journalism studies.

Keywords: news agencies; journalism in Africa; geographies of communication; news circulation.

A formação do “mundo que fala português”, herança de um passado colonial e imperialista europeu sobre outros três continentes (América, África e Ásia), foi um processo histórico, econômico, político e cultural. Com todos esses fatores cruzados, foi ainda especificamente um processo de comunicação. Desde as primeiras expedições marítimas portuguesas, pioneiras na expansão colonial europeia, ainda no século XV, o oceano se tornou o espaço de circulação por excelência de mercadorias e de informações. Entre as “mercadorias”, seja ressaltado, constavam pessoas africanas escravizadas, comercializadas na lógica mercantilista que conduziu o holocausto da escravidão. Com elas, no entanto, deslocou-se muito mais que trabalho forçado e trânsito demográfico: fluiu informação de um lado ao outro do Atlântico, carregando línguas, religiões e outros signos que ajudaram a constituir o atual espaço geopolítico e geocultural lusófono.

Com o surgimento da imprensa e do jornalismo nas colônias, essa circulação de informações foi intensificada. O início se deu, entretanto, apenas no século XIX, mais de 300 anos depois das ocupações portuguesas. Embora as primeiras notícias tenham sido impressas em Portugal em 1626, as colônias portuguesas na África e na América Latina não tiveram autorização tão cedo para fazer o mesmo (Hohlfeldt, 2016). O autor acredita “que a coroa portuguesa levou em conta o fato de, tanto nas terras do Brasil, quanto nas de África, suas populações serem absolutamente ágrafas” (Hohlfeldt, 2016, p.210). No Brasil, a Impressão Régia chegou com a família real em 1808, permitindo a criação da *Gazeta do Rio de Janeiro*. Já em Angola, o *Boletim Oficial* começou a ser impresso em 1845; em Cabo Verde, em 1842; e, em Moçambique, somente em 1854. A partir daí, surgiram outras publicações periódicas que introduziram a profissionalização na recolha e divulgação dos relatos que já ganhavam o mundo a bordo dos navios que faziam a ligação entre os territórios.

Embora o sistema colonial se tenha desfeito, persistem até hoje os fluxos de informações internacionais em português, não apenas em forma de produtos culturais, artísticos ou de entretenimento – dos quais as telenovelas talvez sejam o exemplo mais difundido, à frente do esporte e da literatura –, mas inclusive os de natureza jornalística, por meio de textos, fotos, vídeos e gráficos produzidos em um país e aproveitados em outros na imprensa, nas mídias eletrônicas e nas plataformas digitais.

Portanto, parte-se da premissa de que *a esfera cultural lusófona é um espaço de circulação de informações* para esboçar aqui uma cartografia dos fluxos informacionais entre o Brasil e os cinco países lusófonos africanos. Mais que culturas profissionais, normas deontológicas ou constrangimentos econômicos, políticos e tecnológicos do jornalismo exercido em cada local, interessa-nos a zona de fronteira comunicacional, o movimento de notícias de um continente a outro, o espaço de fluxos articulado em rede, um novo território lusófono. Embora Portugal seja a nação que deu início a esse intercâmbio e, conseqüentemente, à criação do espaço, o foco será posto no hemisfério sul, especificamente nos intercâmbios de conteúdo entre as agências de notícias pertencentes aos Estados nacionais do Brasil e dos países africanos de língua portuguesa.

Constituição das agências de notícias lusófonas

Neste constante, porém assimétrico, fluxo internacional de informações, desempenham um papel fundamental as agências de notícias, verdadeiras transportadoras de conteúdo jornalístico de um país a outro. Embora as agências de maior volume de tráfego informativo – e por isso mesmo as mais conhecidas e mais estudadas – sejam aquelas sediadas na Europa e na América do Norte (os centros do capital global), como Reuters, AP e AFP, na esfera cultural lusófona elas coexistem com agências nacionais dos oito países de língua oficial portuguesa². Ainda que cada um deles adote modelos distintos quanto à propriedade, à natureza institucional e à função exercida para as agências, todos dispõem de empresas públicas dedicadas à produção e à disseminação de conteúdos jornalísticos para os veículos de comunicação de massa.

As agências de notícias nacionais dos países de língua portuguesa são: Lusa – Agência de Notícias de Portugal, Agência Brasil (ABr), Agência Angola Press (ANGOP), Agência de Informação de Moçambique (AIM), Agência Noticiosa de São Tomé e Príncipe (STP-Press), Agência Cabo-Verdiana de Notícias (Inforpress), Agência de Notícias da Guiné (ANG) e a recém-fundada Agência Noticiosa de Timor-Leste (TATOLI)³.

A Lusa – indubitavelmente, a maior das oito – é constituída como parceria público-privada entre o Estado português e grupos empresariais de mídia. O modelo de negócios comercial e fechado que a agência portuguesa adota restringe o acesso às notícias aos clientes do serviço.

No Brasil, a ABr é um serviço subordinado à estatal Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e, recorrentemente, tratada apenas como um portal de notícias e não uma distribuidora com logística própria de envio de conteúdo à mídia, nem armazenamento ou gestão de informação. As redes sociais (em especial Twitter e Facebook) acabam sendo usadas para disseminar o material produzido diariamente, atuando como “canais que convergem para a página oficial da ABr, com a intenção de levar os leitores ao local onde estão dispostas as notícias” (Lisboa, 2016). Este setor de “atacado de notícias” no Brasil é dominado por serviços de *syndication* estabelecidos pelos conglomerados de mídia privados: Agência Estado e Broadcast, Folhapress e Agência O Globo (Aguiar, 2017).

É também interessante observar como a Agência Brasil é,

de alguma forma, “desautorizada” e desprovida de autonomia nos âmbitos de cooperação internacional. Nos fóruns e reuniões das agências de notícias de diversos países, não costuma ser a ABr que assina pela parte brasileira, mas sim a empresa estatal à qual está vinculada (de 1990 a 2007, era a Radiobrás; desde 2007, é a EBC). Assim, no estatuto e na declaração de fundação da Aliança das Agências de Informação de Língua Portuguesa (ALP), de 1996, o Brasil foi representado pela Radiobrás (à qual a ABr estava submetida). Na criação da União Latino-Americana de Agências de Notícias (ULAN), em 2011, a signatária foi a EBC. Diferentemente das agências africanas citadas, a Agência Brasil não foi o primeiro exercício do respectivo Estado na distribuição de notícias. Ela deu sequência a outras duas iniciativas: a Agência Nacional, criada em 1937, mesmo ano da instauração do Estado Novo no Brasil; e a Empresa Brasileira de Notícias, que substituiu a primeira em 1979, num período de abertura política. Seguindo o propósito dessas antecessoras, de alcançar jornais e emissoras de pequeno porte em zonas rurais e núcleos urbanos menores no país, a ABr também fornece textos, fotos e vídeos gratuitamente.

Em 1990, no primeiro ano do governo de Fernando Collor de Melo, uma nova agência de notícias foi criada: a Agência Brasil. No entanto, em lugar de voltar a ser uma empresa com personalidade jurídica própria, a nova agência foi constituída como um simples serviço prestado pela Radiobrás (essa, sim, uma empresa estatal), com pessoal e instalações dedicadas, mas sem autonomia administrativa (Aguiar & Lisboa, 2016).

Já nos países africanos de língua oficial portuguesa (PALOPs), as agências nacionais são empresas estatais autônomas, ou constituídas como órgãos governamentais (submetidos ao Poder Executivo, em geral a pastas ministeriais da Comunicação ou Informação) ou como autarquias com relativa autonomia orçamentária, administrativa e editorial. Para além do fato de todos esses países terem adotado regimes socialistas inicialmente, o setor da distribuição jornalística – exercida pelas agências de notícias – era considerado estratégico para a soberania nacional em grande parte dos países em processo de descolonização. Assim como boa parte do “Terceiro Mundo” (hoje chamado “Sul Global”), os PALOPs optaram por um modelo estatal de agências no momento de independência por ser o fluxo de notícias visto como “setor caro à soberania nacional” (Aguiar, 2016).

A opção estatista, longe de ser puramente um recurso

autoritário, deveu-se a uma estratégia de satisfazer demandas não atendidas pelo capital em territórios onde a construção da infraestrutura de circulação e comunicação foi construída segundo os projetos coloniais de dominação, voltadas para a exportação, e não para as lógicas internas de desenvolvimento. As agências nacionais foram organizadas como parte das estruturas que tinham o objetivo de dizer ao mundo, a partir de um ponto de vista nacional, os acontecimentos que ocorriam nos novos países.

A onda de independência dos países africanos outrora colônias portuguesas começou em 1973, com a proclamação unilateral da emancipação política de Guiné-Bissau, em 24 de setembro, reconhecida por Portugal no ano seguinte. Os demais países seguiriam o mesmo caminho após o regime autoritário português do Estado Novo ser deposto em 25 de abril de 1974, no que ficou conhecido como a Revolução dos Cravos. Ainda no mesmo ano, Cabo Verde assinou, em dezembro, acordo que visava à independência. O processo foi concluído em julho do ano seguinte. Também em 1975 foi a vez de São Tomé e Príncipe proclamar independência, em 12 de julho; em Moçambique, em 25 de junho; e, em Angola, em 11 de novembro daquele ano.

A criação de agências de notícias como estratégia nacional de comunicação foi adotada pelos países em dois momentos distintos. Nos PALOPs continentais – Angola, Moçambique e Guiné-Bissau – as agências nacionais foram fundadas já em 1975. Entretanto, nos PALOPs insulares, Cabo Verde e São Tomé e Príncipe, as agências de notícias foram lançadas apenas na década de 1980. Sousa (2008, p.255) destaca que as novas agências que surgiram no período pós-colonial na África e na Ásia nem sempre “conseguiram cobrir, sequer, os respectivos países, por dificuldades técnicas, financeiras e materiais”. De fato, em agências dos PALOPs, frequentemente surgem queixas de jornalistas e gestores quanto à precariedade dos equipamentos instalados e demandas por aparelhos novos e atualizados. Com exceção de Angola, os países que compõem a África lusófona, até hoje, não contam com situação econômica que lhes permita acompanhar avanços tecnológicos e, conseqüentemente, comunicacionais.

Diferentemente do que ocorreu em antigas colônias britânicas, francesas ou italianas na África, onde várias agências nacionais foram formadas a partir do confisco e da nacionalização de imóveis e equipamentos de sucursais da Reuters, da AFP e da

ANSA (Boyd-Barrett, 1980, p.201), na África lusófona foi necessário começar da estaca zero. As antigas agências portuguesas, a Lusitânia (1944-1974) e a ANI (Agência Noticiosa de Informação, 1947-1975), não estavam tão presentes nas colônias, em contexto de guerras de libertação nacional (a Guerra do Ultramar) e se retiraram pouco antes da independência (Ferreira, 1974, pp.135-136).

Em Angola, a agência Angola Press (ANGOP) foi criada no momento da independência, seguida imediatamente pelo início da guerra civil entre as duas facções alinhadas aos lados opostos da Guerra Fria: o MPLA (Movimento Popular de Libertação de Angola, de esquerda, no poder oficialmente) e a UNITA (União Nacional para a Independência Total de Angola, de direita, na oposição). O conflito durou até 2002 e interferiu nos projetos de desenvolvimento da agência, “principalmente os de alargamento para o exterior”⁴.

A ANGOP foi criada em Julho de 1975, com a denominação de Agência Nacional Angola Press (ANAP). No início, os seus trabalhos eram distribuídos sob a forma de boletim impresso, até que, no dia 30 de Outubro do mesmo ano, lançou o seu primeiro despacho telegráfico. Anualmente, comemora-se, a 30 de Outubro, o aniversário da Agência. No dia 2 de Dezembro de 1975, a agência adoptou a sua actual e definitiva denominação “Agência Angola Press”, ao lançar, nesta data, o seu primeiro despacho com a sigla ANGOP. A 2 de Fevereiro de 1978, foi transformada em órgão Estatal, através de um decreto presidencial. Do ponto de vista informativo, a ANGOP optou, em 1991, pela emissão do seu trabalho 24 sobre 24 horas, e introduziu também inovações nos planos editoriais e técnico5.

Hoje, a ANGOP é a única agência de notícias de Angola, constituída como empresa estatal, vinculada ao Ministério da Comunicação Social (ANGOP, 2017). Presta serviços de texto, foto, vídeo (TV online) e áudio (rádio online), com reportagens especiais, entrevistas, efemérides, obituários, previsão do tempo, boletins, *press releases* e comunicados oficiais, agenda oficial, publicidade e banco de imagens. Além de um website⁶, no qual há uma “central do assinante” com conteúdo exclusivo para pagantes, acessível por *login* e senha, a ANGOP distribui conteúdo em *feed* de notícias (RSS) e plataformas móveis, com aplicativos gratuitos disponíveis para os sistemas iOS e Android e notícias enviadas por SMS para celulares.

A agência angolana mantém acordos de cooperação com a Reuters, AFP (França), EFE (Espanha), TASS (Rússia), Xinhua (China), PTI (Índia), Prensa Latina (Cuba), PANA (Senegal), TAP (Tunísia) e com as já citadas Inforpress e a STP-Press, além de parcerias com a Televisão Pública de Angola (TPA) e a Rádio Nacional de Angola

(RNA). É ainda filiada à Federação Africana Atlântica das Agências de Notícias (FAAPA), à Aliança das Agências de Informação de Língua Portuguesa (ALP), à Rede de Notícias dos Países Não Alinhados (NNN) e ao Conselho Mundial de Agências de Notícias (NAWC).

Em Moçambique, a AIM também foi criada no ano de 1975, na forma de órgão público (sem personalidade jurídica autônoma) subordinado ao Gabinete de Informação (análogo a uma secretaria de comunicação) do governo moçambicano. Alguns dos grandes incentivadores da fundação da agência foram o jornalista e escritor Mia Couto, o jornalista e dramaturgo Luís Carlos Patraquim e o jornalista Carlos Cardoso, que chegou a dirigi-la anos antes de ser assassinado no ano 2000. Em uma situação mais precária que as congêneres, a AIM não dispõe de um website funcional, mas de uma página hospedada no portal português SAPO, a partir da qual é possível acompanhar a produção de texto em língua portuguesa. Também há acesso pelos clientes que pagam pelo serviço a partir do website <aim.org.mz>, no qual o serviço em inglês está disponível. Um portal multimídia com apresentação mais detalhada sobre os serviços e novas funcionalidades está nos planos da agência⁷, que ainda estuda orçamentos para a criação da página.

A agência moçambicana presta serviço de texto e fotos, incluindo reportagens, artigos de opinião e resenha de imprensa. A AIM também é membro da ALP e da NNN. Talvez por causa da adesão de Moçambique à Comunidade Britânica (*Commonwealth*), em 1995, e por fazer fronteira com países anglófonos, a AIM trabalha em português e em inglês, simultaneamente, e mantém um correspondente em Londres, o jornalista britânico John Hughes. Segundo o coordenador do serviço em inglês, Paul Fauvet, em entrevista ao coautor deste artigo, a agência chegou a operar um serviço em francês entre o final dos anos 1970 e o início dos anos 1980, interrompido por não ser rentável⁸.

Durante a luta contra o Apartheid, nós tivemos relações boas com as agências de notícias dos outros países da Linha da Frente – ANGOP (Angola), ZIANA (Zimbábue), ZANA (Zâmbia) e SHIHATA (Tanzânia). Mas, depois da libertação da África do Sul, esse tipo de cooperação era menos urgente. Em cada um dos países houve mudanças – a SHIHATA deixou de existir, e as outras três agências foram muito governamentalizadas. Nos anos 80, fomos muito activos na PANA (Pan-African News Agency, com sede em Dacar, no Senegal). Mas a PANA tinha enormes problemas financeiros, e acabou transformada numa coisa chamada PANAPress, que trabalha estreitamente com a UNESCO. Nesses dias não temos muitos contactos com essa agência. Sempre tivemos cooperação boa com a LUSA, que é a

única agência europeia com escritório em Maputo. Temos boas relações com a agência chinesa, Xinhua. Há stringers das outras agências ocidentais tais como Reuters e AFP, e temos relações amigáveis com eles⁹.

A ANG, da Guiné-Bissau, é uma das mais modestas entre as cinco agências de notícias dos PALOPs. Assim como a moçambicana, a ANG é um órgão público sem autonomia, subordinado ao Ministério da Presidência do Conselho de Ministros, Comunicação Social e Assuntos Parlamentares da Guiné-Bissau. Funciona dentro do Centro de Imprensa do governo bissauense, na capital, e subdivide-se em três direções: Técnica e Administrativa e de Informação (Lopes, 2015, p.134). Com estrutura interna reduzida, presta serviços apenas de texto e publicidade. É também membro da FAAPA e da ALP. Até 2015, a ANG não contava sequer com um website próprio, dependendo de um blog hospedado na plataforma Wordpress. Naquele ano, entrou no ar o site atual¹⁰. Lopes (2015, p.134) relata que a ANG manteve acordos de cooperação ativos com outras agências internacionais nas primeiras décadas de sua existência, mas que atualmente apenas só resta a chinesa Xinhua como parceira. Ao cessarem esses apoios externos, conta o autor, foram suspensas “várias atividades cruciais que caracterizavam a única agência de notícias do país”. Lopes realizou um inventário dos equipamentos instalados na ANG e contabilizou “cinco computadores de mesa e um computador portátil; uma máquina fotográfica digital, uma viatura”. Na ocasião, a agência destacou “como necessidades de aquisição: oito computadores (dos quais dois portáteis) e duas máquinas fotográficas”.

A falta de verbas impede a ANG de contratar um tradutor de francês-português que lhe daria outra dimensão informativa. Na fase inicial, a exemplo dos demais órgãos públicos (RDN e Nô Pintcha), a ANG beneficiava de um quadro orçamental assumido pelo OGE. Ao perder este apoio, faltou uma visão estratégica que enquadrasse a agência na nova realidade. Há a vincar que o serviço de notícias produzido pela redação de Bissau, continua operativo (Lopes, 2015, p.135).

Em seu texto de apresentação institucional, os gestores da ANG demonstram uma compreensão muito clara do papel das agências de notícias em relação ao jornalismo, ao sistema global de informação e às estratégias nacionais para o desenvolvimento.

A maioria dos países tem as suas agências nacionais como uma instituição central, especialmente equipada para reunir informações do território do estado para trocas internacionais de artigos noticiosos. É nesta perspetiva que a agência surge entre os médias como um fornecedor extremamente importante,

um parceiro inestimável sem o qual seria impossível apresentar eficazmente um serviço de notícias diário. Portanto, é universal a necessidade de uma agência fornecendo notícias. [...] É, por isso, que se está, de algum tempo para cá, a insistir na necessidade do Estado guineense criar condições indispensáveis para que a Agência de Notícias da Guiné – ANG possa, por sua vez, justificar as razões de sua criação, em Agosto de 1975. A ANG conta atualmente com 26 funcionários, entre os quais 13 jornalistas¹¹.

No mesmo documento, a ANG afirmava esperar “relançar os serviços dos correspondentes regionais”, para o que afirmava serem “necessários mais oito indivíduos” para exercer a função. Embora atualmente os despachos sejam enviados “a custo zero”, a agência planejava “passar a disponibilizar os nossos serviços aos diferentes órgãos de comunicação social do país mediante uma subscrição paga”. Ao mesmo tempo, contava com a reativação da cooperação com agências de Angola, Portugal e França, entre outras, “para troca de informações, assistência técnica e formação de quadros”.

Em contraste, Cabo Verde (administrado colonialmente junto à Guiné-Bissau até 1879 e que teve com ela um movimento de independência unificado) dispõe de uma agência de notícias mais ativa e equipada: a Inforpress foi criada em 1988 como Cabopress e recebeu o nome atual em 1998. Em 2015, a Inforpress integrou, junto com a TV e a rádio públicas cabo-verdianas, a empresa estatal RTCI (Radiotelevisão & Inforpress, Sociedade Anónima), de forma semelhante à Agência Brasil na EBC. No entanto, a fusão das empresas foi desfeita em agosto de 2016 e o jornalista Carlos Santos assumiu como novo gestor da Inforpress, no momento em que empresa recuperou a autonomia, nominalmente. No entanto, deixou o cargo em julho de 2017, alegando “falta de autonomia financeira” em razão da manutenção, na prática, da tutela administrativa (O Arquipélago, 2017).

A Inforpress atua na “recolha, tratamento e distribuição de conteúdos informativos, mediante pagamento, nos formatos texto e fotografia”¹² e ainda cria condições para disponibilizar aos clientes informações em áudio, vídeo e infográficos. Oferece reportagens, entrevistas, dossiês, arquivo de matérias e agenda oficial das autoridades cabo-verdianas. A agência é membro da FAAPA e da ALP e recebe apoio do Instituto Camões, órgão de difusão cultural da República Portuguesa. Em 2011, foi lançado o livro *Da Cabopress à Inforpress SA 1988-2011, duas décadas de jornalismo: um novo começo... online*, do jornalista cabo-verdiano José Mario Correia, o que documentou sua história e facilitou consideravelmente a pesquisa sobre esta agência em específico. Em um evento promovido

por Carlos Santos sobre “desafios da convergência tecnológica para o jornalismo de agências”, em dezembro de 2016, Correia defendeu que o conteúdo da Inforpress deixe de ser disponibilizado gratuitamente no website e passe a ser cobrado (*A Nação*, 2016). Em março de 2017, o governo cabo-verdiano recebeu um relatório encomendado à consultoria PD Consult avaliando que havia três opções para a Inforpress: extinguir a agência, manter o status atual ou investir 45 milhões de escudos cabo-verdianos (US\$ 488 mil) para reestruturá-la e reaparelhá-la tecnologicamente (*A Nação*, 2017). O estudo recomendava a abertura de mais cinco praças de correspondência dentro do arquipélago e outras três no exterior.

Finalmente, a STP-Press opera em São Tomé e Príncipe desde 1985, também como órgão do Ministério da Comunicação Social, Juventude e Desporto. A agência são-tomense oferece serviços de texto, foto, áudio, entrevistas, arquivo, *press releases* e comunicados oficiais e Fórum. No plano internacional, a STP-Press participa da FAAPA e da ALP e mantém laços de cooperação com as agências transnacionais AFP e TASS, com as lusófonas Lusa, ANGOP, AIM e ANG, com a cubana Prensa Latina e com as africanas APS (Senegal), ABP (Benin), ACP (Congo-Kinshasa) e ACI (Congo-Brazzaville). Segundo o então diretor, o jornalista Manuel Dênde, “a STP-Press goza de autonomia administrativa e de independência editorial, ao abrigo da Lei de Imprensa” são-tomense, mas opera em “condições bastante precárias”¹³. A cooperação é fundamental para compensar as deficiências da agência, tanto que o primeiro despacho da STP-Press para o exterior foi feito apenas dois anos depois da fundação, por meio da ANGOP. Naquele mesmo ano, a agência angolana instalou na congênera em São Tomé dois aparelhos Telex, os primeiros desta. Na época, apenas um jornalista trabalhava na STP-Press, ainda de acordo com seu diretor, e não havia sequer sede própria. Em 2012, em plena era digital, a agência operava com 12 máquinas de Telex. Nas palavras de Dênde,

considerando os condicionismos actuais face insuficiências de meios de Estado visando o reforço de capacidades institucionais, a STP-Press vem apostando em parcerias externas, nomeadamente à nível da ALP, Agências de Língua Portuguesa, e não só para mitigar suas dificuldades internas. Assim, a STP-Press partiu para uma nova fase, em busca da modernização tanto interna quanto externa, compreendendo principalmente contactos mais directos e próximo e ágil com todo o planeta por meio de seu website na Internet. Não obstante alguns êxitos já alcançados e consciente dos múltiplos desafios que tem ainda pela frente, a STP-Press visualiza actualização permanente buscando meios tecnológicos compaginados à realidade das agências noticiosas, nomeadamente enquadrado em pacote

website, e-mail, portal, vídeo, som, ou seja, em regime multimídia, para satisfazer os desafios inerentes à consolidação da democracia, desenvolvimento socioeconómico e intelectual do homem, bem como da santomense.¹⁴

Em 2014, Dênde foi substituído na direção da STP-Press por Ricardo Neto e um acordo assinado com a emissora de transmissão internacional Voz da América, do governo dos Estados Unidos, “permitiu a informatização da rádio nacional, da TVS e da Agência STP-Press” (TÉLA NON, 2014).

Tabela I. Quadro-síntese das agências de notícias do Brasil e dos PALOPs						
	ABr	AIM	ANG	ANGOP	Inforpress	STP-Press
criação	1990	1975	1975	1975	1988	1985
sede	Brasília	Maputo	Bissau	Luanda	Praia	São Tomé
propriedade	estatal	estatal	estatal	estatal	estatal	estatal
vínculo	EBC	Gabinete de Informação	Ministério da Comunicação	Ministério da Comunicação	Ministério da Cultura	Ministério da Comunicação
estatuto	serviço da EBC	órgão ministerial	órgão ministerial	empresa	empresa	órgão ministerial
idiomas	português, inglês, espanhol	português, inglês	português	português, inglês, francês, espanhol	português, inglês, francês	português
serviços	texto, foto, vídeo, áudio...	texto, foto, boletins...	texto, publicidade	texto, foto, vídeo, áudio...	texto, foto	texto, foto, áudio, arquivo...
cobrança	gratuito	gratuito/pago	gratuito	parcial/misto	gratuito/pago	gratuito
mobile	app EBC Rádio	não tem	não tem	app iOS, Android	não tem	não tem
praças no exterior	Lisboa, Roma, Copenhague, Buenos Aires e Washington	Lisboa, Londres	não tem	Lisboa, Ottawa *chegou a ter em Praia (2003)	não tem *chegou a ter em Luanda (2003)	Lisboa

Tabela I. Quadro-síntese das agências de notícias do Brasil e dos PALOPs

cooperação	Lusa, Télam, ANSA, Xinhua	Lusa, Xinhua, Reuters, AFP	Xinhua [espera reativar com Lusa, AFP, ANGOP]	Lusa, Reuters, AFP, EFE, TASS, Xinhua, PTI, TAP, PANA, PL, STP-Press, Inforpress	Lusa, ANGOP	AFP, TASS, Lusa, ANGOP, AIM, ANG, APS, AZAP, ABP, ACI, PL
filiação	ALP, ULAN	ALP, NNN	ALP, FAAPA	ALP, FAAPA, NAWC, NNN	ALP, FAAPA	ALP, FAAPA
apoio	RFI	--	Rádio Nacional	TPA, RNA	Inst.Camões	--
Fontes: agenciabrasil.ebc.com.br , www.aim.org.mz , www.ang.gw , angop.ao , inforpress.cv e www.stp-press.st						

Espaço e circulação de notícias

A criação das agências de notícias, no século XIX, viabilizou o aumento do tráfego de informações de interesse jornalístico ao redor do mundo. Buscando analisar historicamente o processo da globalização da comunicação à luz de variáveis culturais, Thompson (1998, pp.139-141) interpreta a expansão e a consolidação dos territórios de atuação das agências de notícias como intimamente ligadas à formação dos impérios neocoloniais no século XIX. Mais tarde, mesmo com os processos de descolonização depois da Segunda Guerra Mundial, as esferas de influência de várias antigas potências imperialistas europeias – como Portugal – foram mantidas, refletindo essa continuidade em laços de produção, exportação e consumo de bens simbólicos, como entretenimento e informação.

Quando o francês Charles-Louis Havas criou a primeira agência de notícias, a Havas, em 1835,¹⁵ em Paris, a distribuição do material produzido ainda era bastante rudimentar em comparação a hoje. Relatos já circulavam além-fronteiras, mas as informações levavam meses para atravessar oceanos e estradas de terra. As agências organizaram e profissionalizaram a circulação de informações, mas a distribuição regular e sistemática das notícias viria com o telégrafo e a ferrovia. Os cabos submarinos instalados para o funcionamento do telégrafo elétrico ligaram continentes e permitiram a expansão dos negócios e do alcance das agências.

De acordo com Briggs & Burke (2016, p.173), a telegrafia foi “o primeiro grande avanço provocado pela eletricidade na área das comunicações”. O telégrafo permitiu a conexão de mercados e acelerou a transmissão de informações. “A distância foi conquistada quando as informações relativas a famílias, negócios, assuntos de governo, clima e desastres naturais ou produzidos pelo homem puderam ser transmitidas, em geral sob a forma de notícias” (BRIGGS & BURKE, 2016, p.175). Essa aproximação é reflexo do que Machado (2008) diz ser uma criação das empresas jornalísticas: a concepção de sistemas de distribuição “em função das sucessivas mutações do território no transcurso do tempo”.

A evolução tecnológica que marca as etapas do processo de trabalho e as relações sociais assinala, ao mesmo tempo, as particularidades dos sistemas tanto de distribuição quanto de circulação de notícias. É em consideração às funções do espaço e dos processos em que as redes são ativadas no tempo que um sistema jornalístico se distingue dos outros. Como ao longo do tempo um sistema de disseminação de informações atua em consonância com um sistema de técnicas, o aparecimento dos satélites digitais supôs para as agências de notícias, por exemplo, novas formas de ações e funções dentro do ecossistema jornalístico nas sociedades contemporâneas. De vendedoras de informações no atacado, as agências passam a atender demandas específicas em nichos de mercado (Machado, 2008).

Já Mattelart (1996, p.213) recorda que o próprio “traçado das redes de comunicação nacionais” das zonas periféricas, como o telégrafo e as ferrovias, foi instalado em função dos interesses imperialistas, voltados para a extração e exportação de recursos naturais e produtos agrícolas: “A extravessão será a regra”. O autor também confronta as definições de Lenin e Rosa Luxemburgo para o conceito de imperialismo, em que o primeiro privilegia quase exclusivamente o aspecto econômico, e a segunda reforça a importância política dos aparatos coercitivos e simbólicos, inclusive das redes de comunicação, para salientar a lógica *imperial* das agências de notícias. Como ferramental dessa expansão, Mattelart (1996, p.235) lista os quatro idiomas com maior propensão “conquistadora”, elencando o português como a quarta língua mais poderosa.

O outro ponto de virada na distribuição de notícias oriundas das agências noticiosas veio com a Internet. “Com a constituição das redes digitais, acentua-se pelos quatro cantos do mundo a função exercida pelos sistemas de circulação de notícias como ativadores de espaços sociais” (Machado, 2008). O autor cita a agência Reuters, que a partir do desenvolvimento da tecnologia ampliou seus serviços

financeiros. A criação de serviços individualizados nas agências foi uma marca neste novo período de redes digitais, alterando o caráter exclusivamente grossista (atacadista) das empresas. Nas agências aqui observadas, no entanto, a Internet permitiu uma abertura total da produção ao público. Tanto a Agência Brasil quanto as agências africanas contam com sites usados como plataforma de disponibilização das notícias. Apesar do esforço em criar receita própria, como acontece com a ANGOP, AIM e a Inforpress, a estratégia preponderante entre as agências lusófonas do Sul continua sendo de acesso gratuito ao material produzido.

Este sistema difere do modelo centralizado de distribuição exercido pelas agências do “Norte”. Embora Machado (2008) tenha em mente a imprensa propriamente dita, a ideia pode ser transposta para a realidade das agências: “Como a arquitetura dos meios reflete as relações de poder em uma determinada sociedade, o modelo de constituição tanto dos sistemas de distribuição quanto o de circulação de notícias varia e, dependendo do jogo de forças envolvidas, pode assumir conformações simétricas ou assimétricas”. A tecnologia não determina a adoção de tais sistemas, mas permite o estabelecimento de redes de distribuição e circulação que pressupõem uma “extensão espacial” de alcance da produção.

Medina (1998, pp.15-19) situa a informação jornalística como um produto das sociedades industrializadas cuja expressão mais emblemática são as agências de notícias e associa esse produto à dimensão do “*espaço* de interação social”. O espaço, por sua vez, é estreitamente associado aos códigos simbólicos compartilhados, entre os quais, destacadamente, está o idioma. Por outro lado, salienta a autora (MEDINA, 1998, pp.41-42) se todo esse “esquema de análise” está baseado nos “centros mundiais de desenvolvimento”, nas zonas periféricas coexistem “realidades superpostas no mesmo espaço geográfico”, as quais demandam análises contextualizadas para não incorrer no risco de impor a comunidades “marginalizadas” os parâmetros das áreas “de elite”.

Como é proposto por Aguiar & Pasti (2016), a chave espacial é central para entender a atuação das agências de notícias. Na medida em que estas organizações existem para trafegar informação para órgãos de mídia que de outra forma não as alcançam, elas realizam uma circulação de notícias entre pontos dispersos no globo, espacialmente determinados e constituindo territórios de atuação específicos. Esses territórios são constituídos precisamente

pelos fluxos de informação, no conceito elaborado por Haesbaert (2011[2004], pp. 281-287) para “territórios-rede”, tão extensos quanto for o alcance da distribuição, recepção e dos intercâmbios de conteúdo jornalístico que as agências realizam.

Boyd-Barrett (1980, pp.195-198) já tinha chamado atenção para essa articulação ao demonstrar que grande parte dos fluxos de informação jornalística era fruto do intercâmbio entre as agências de notícias (“*news flow as news exchange*”). No entanto, mesmo com tais trocas sempre sendo desiguais, nos casos dos países do Sul são geralmente desequilibradas ao extremo, exercidas entre agências nacionais de pequeno ou médio porte e agências transnacionais (ou globais) com amplo poder econômico e escala de atuação. É este o caso das cooperações mencionadas entre as agências do Sul Global e as gigantes Reuters e France-Presse, erguidas nos séculos XIX e XX no esteio do imperialismo europeu. Portanto, uma cooperação “equilibrada”, em que volumes de textos e fotos intercambiados – melhor dizendo, postos à disposição das parceiras e de fato aproveitados nos serviços alheios – se equivalem ao menos em ordem de grandeza, é ocorrência rara entre as agências de notícias. O que prevalece são as trocas desiguais, em que um dos lados recebe e aproveita muito mais material que o outro.

Observação: o intercâmbio de notícias

Para entender como essas trocas ocorrem no espaço lusófono compreendido entre o Brasil e os países africanos de língua portuguesa, foram feitas buscas sobre as seis agências numa tentativa de verificar o volume de tráfego intercambiado por meio de menções de cada agência pelas demais (Tabela II). A pesquisa foi feita diretamente nos respectivos websites das agências lusófonas e também por meio da ferramenta “busca avançada” do Google, delimitando os domínios de busca e as palavras-chave. O intervalo compreendido no levantamento foi de um ano, de maio de 2016 a maio de 2017. O resultado do levantamento é disposto na Tabela II, em que os números correspondem à quantidade de matérias que reproduzem ou citam como fonte outra agência lusófona (colunas) em cada uma das agências pesquisadas (linhas).

Tabela II. Menções a outras agências lusófonas (horizontal) em cada agência (vertical)						
	menções à ABr	menções à AIM	menções à ANG	menções à ANGOP	menções à Inforpress	menções à STP-Press
na ABr	--	0	0	0	0	0
na AIM	1	--	0	1	0	0
na ANG	0	0	--	7	32	0
na ANGOP	1	279	1	--	22	0
na Inforpress	0	0	0	0	--	0
na STP-Press	0	0	0	1	0	--

Fontes: agenciabrasil.ebc.com.br, www.aim.org.mz, www.ang.gw, angop.ao, inforpress.cv e www.stp-press.st

Os números são menores do que o esperado, principalmente na relação da agência brasileira com as demais. Quando feita a pesquisa sobre as ocorrências de notícias da Agência Brasil pelas demais empresas, apenas duas reproduções foram encontradas – e isto num intervalo de tempo que incluiu fatos de grande exposição internacional do Brasil, como o *impeachment* de Dilma Rousseff e os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. AIM, ANGOP e Inforpress apresentam o noticiário brasileiro principalmente por meio de agências como a AFP, Lusa e EFE, para além de produção própria nos casos em que o tema envolva questões dos dois países. O que poderia ser um acesso fácil e rápido, considerando que a ABr disponibiliza o conteúdo de forma gratuita, não parece se traduzir numa fonte de uso corrente. Talvez por desconhecimento ou mesmo falta de relação entre a ABr com as homólogas africanas, a troca se apresenta bastante limitada. No caso na ANG e STP-Press, o interesse pelo Brasil está reduzido a esparso material com produção própria e uso de fontes externas como a imprensa portuguesa e internacional.

Quando se faz o caminho inverso, com a pesquisa na Agência Brasil sobre as africanas, o resultado não é muito diferente. No período de 2016 a 2017, a ABr não teve como fonte principal nenhuma das agências dos PALOPs. Os países surgem na lista de notícias da agência brasileira via

Agência Lusa ou em material de produção própria cujos temas esbarrem nas questões da CPLP ou do acordo ortográfico. Também houve ocorrências que tratavam de disputas esportivas entre atletas destes países durante as Olimpíadas de 2016. A exceção é em relação a Angola, que ganha destaque principalmente após denúncias envolvendo a empreiteira Odebrecht, que atua no país africano, e entrou na cobertura feita no Brasil.

A ausência de citações mútuas entre as agências dos menores PALOPs é o dado que mais chama a atenção: STP-Press, Inforpress e ANG não reproduzem seus despachos umas nas outras, a despeito da existência de instâncias de cooperação, como a ALP. A agência são-tomense, em particular, não é citada por nenhuma congênere, indicando um arrefecimento da cooperação entre as agências, que era ativa nos anos 1980.

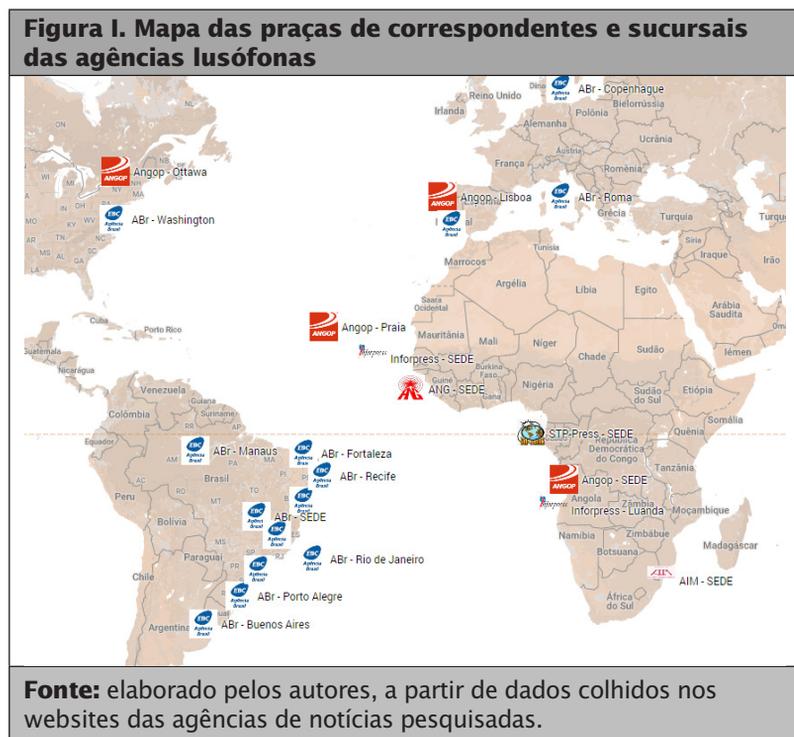
Outra exceção do quadro aparece no volume de notícias tendo como fonte a AIM que foram divulgadas pela ANGOP. A agência moçambicana é (junto com a portuguesa Lusa) a principal fonte para o noticiário sobre o país, mas também importante na cobertura de outros países africanos. Dentre as quase 280 matérias publicadas no site da ANGOP com referências à AIM, muitas são sobre países como África do Sul, Suazilândia e Zimbábue, que fazem fronteira com Moçambique. Entretanto, foram encontradas ainda notícias oriundas da AIM sobre Camarões, República Democrática do Congo, Nigéria, Lesoto, Etiópia e Gâmbia. A Agência Lusa também é fonte da ANGOP para noticiar acontecimentos de Moçambique, mas é importante observar que algumas notícias tinham como fonte primária a AIM, o que quer dizer que a informação saiu da África, foi até a Europa e voltou ao continente de origem.

O mesmo interesse não é evidenciado quando se observam as ocorrências da ANGOP no serviço da AIM. Apenas uma notícia foi encontrada no período mencionado. Entretanto, como já foi dito, a página na AIM está hospedada no SAPO e a busca abrange resultados para além do que é publicado pela agência. Dessa forma, o levantamento foi feito apenas por meio do Google. Angola também surge como ponto de interesse, com produção própria especialmente em temas que abrangem os dois países. A AIM apresenta um volume de produção diário bastante inferior ao da ANGOP e atua com equipe reduzida, o que pode ser apontado como um dos motivos para a disparidade no fluxo de trocas entre os dois principais PALOPs.

Os números revelam ainda as relações comerciais e de cooperação que acontecem entre as agências. A ANG, por exemplo, trouxe menções à ANGOP e à Inforpress, sendo as notícias da cabo-verdiana em maior

número, 32, e 19 delas tinham como fonte primária a Agência Lusa – na maioria, material do noticiário internacional. Sobre Cabo Verde, havia ainda outras peças com fonte direta da Lusa. Já o site da ANGOP teve 22 notícias provenientes da Inforpress, enquanto da ANG houve apenas uma. Os fluxos se mostram distintos, bem como as páginas das agências tampouco contam com as mesmas funcionalidades, serviços e volume de produção. As diferenças não impedem que todas tragam referências sobre os demais países de língua portuguesa, o que denota o interesse pelos acontecimentos nos demais territórios deste espaço cultural lusófono.

Finalmente, o entrecruzamento de praças de correspondência também é raro (Figura I), de modo que as agências, em geral, não dispõem de recursos próprios para cobrir os demais países lusófonos, o que supostamente seria um estímulo ao intercâmbio como forma de aquisição de material para cobertura, mas que não se concretiza.



Todas as agências pesquisadas mantêm relações com a agência Lusa, refletindo os laços com o antigo país colonizador. E muito do que é dito sobre os países membros do espaço passa pela agência portuguesa. Também chama a atenção a cooperação da agência chinesa Xinhua com

quatro das seis pesquisadas, indicando uma presença crescente da China nos fluxos Sul-Sul de informação. Embora os âmbitos institucionais de cooperação existam na escala regional internacional (como a ULAN, para a América Latina e o Caribe, da qual a ABr faz parte, e a FAAPA, para a costa atlântica da África, que inclui ANGOP, ANG, STP-Press e Inforpress) e na esfera geocultural-linguística (com a ALP), a maior parte dos fluxos de informação se dá por meio de intercâmbios bilaterais. As respectivas associações de agências exercem mais o papel de consultoria, de esforços conjunto de capacitação (como a FAAPA, que oferece cursos de treinamento para jornalistas das agências-membro) e de ação política (*lobby*) junto a entidades multilaterais (como a UIT – União Internacional de Telecomunicações, órgão do sistema ONU).

Como visto, várias das agências africanas enfrentam problemas permanentes como a precariedade dos equipamentos, a dificuldade de acesso à atualização tecnológica, os altos custos de manutenção e das tarifas de telecomunicações e a dificuldade na formação de quadros profissionais. A falta de orçamento para a aquisição de novos equipamentos técnicos limita as possibilidades dos serviços jornalísticos que podem oferecer. Em pelo menos duas agências – ANG e STP-Press – foi relatada a demanda de jornalistas por cursos de aperfeiçoamento reciclagem profissional (Lopes, 2015; Dênde, 2012). Por um lado, isto incentiva alternativas de integração destes serviços ao cenário da convergência digital, com o recurso a canais simples e gratuitos de distribuição de conteúdo (como a web, blogs e mídias sociais) como forma de reduzir custos. Por outro, reforça a dependência das agências do Sul Global em relação às empresas privadas do Norte que controlam essas plataformas e canais, sem a autonomia que seria possível com controles próprios sobre a infraestrutura de telecomunicações (como satélites e cabos submarinos intercontinentais). Se uma agência tem sua plataforma de publicação hospedada no Wordpress, no Facebook ou no Twitter, fica sujeita às determinações e à volatilidade dessas empresas (neste caso, as três norte-americanas), e pode perdê-las se o acesso for suspenso ou as empresas forem adquiridas ou fechadas.

Evidentemente, nenhuma das seis agências aqui abordadas tem a pretensão ou possibilidade de alcançar o porte de uma agência transnacional como a Reuters ou a Associated Press. Entretanto, estão orientadas a atuar num espaço geocultural específico, o da Lusofonia, que extrapola o Atlântico e se estende para a Ásia (com Timor-Leste e Macau), ficando presença em quatro continentes. Nesse espaço, elas promovem o intercâmbio jornalístico entre si – ou diretamente, em trocas

bilaterais, ou indiretamente, por meio das agências globais como AFP¹⁶ e também a Lusa¹⁷ – efetivando a circulação de informações cujos fluxos desenham um “território-rede”, na citada elaboração de Haesbaert (2011).

Na verdade, o espaço lusófono de circulação informacional assemelha-se a um novo “comércio triangular”, como no período colonial, mas, para efeito deste trabalho, o vértice europeu foi excluído. Como visto, as agências do Sul se valem dos serviços de outras agências europeias, demonstrando a falta de intercâmbio direto entre a ABr e as agências africanas de língua portuguesa.

É desnecessário dizer que a análise do levantamento apresentado não se esgota aqui, nem pode pretendê-lo. Demanda também um estudo mais detalhado sobre as condições para a práxis do jornalismo nos contextos periféricos, do subdesenvolvimento. Os desafios impostos à profissão jornalística pelas transformações tecnológicas e econômicas como as da convergência digital são, nos países periféricos e semiperiféricos, muito mais aprofundados que nos países centrais, senão outros. Questões tratadas como “dadas” nos centros desenvolvidos, e por isso mesmo frequentemente ignoradas por lá, são cruciais nas zonas subdesenvolvidas: instalação de infraestrutura, acesso à tecnologia e acessibilidade de preços, corrupção e proteção contra influência de poderes econômicos e políticos, liberdade de imprensa e regulação que proteja direitos à comunicação são algumas delas – e sua compreensão exige pesquisas mais aprofundadas.

NOTAS

- 1 Esta pesquisa foi parcialmente financiada com recursos da FAPERJ.
- 2 A Guiné Equatorial, nono país a integrar a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), passou a fazer parte do grupo em 2014, numa decisão que primou por questões políticas e econômicas em detrimento das culturais, já que o país foi colonizado pela Espanha e ainda utiliza o espanhol como idioma oficial. Embora co-oficial, a língua portuguesa ainda precisa ser difundida entre a população. A agência de notícias oficial do país, GEP (Guinea Ecuatorial Press), opera exclusivamente em língua espanhola.
- 3 A aprovação da criação da TATOLI, a Agência Noticiosa de Timor-Leste (inicialmente sob a sigla ANTIL), só foi anunciada

- pelo governo em março de 2017, mas a agência está em operação desde julho de 2016. noticias.sapo.pt/portugues/lusa/artigo/22058855.html, acessado em abril de 2017.
- 4 www.angop.ao/angola/pt_pt/portal/informacoes/ministerio-da-comunicacao-social/mcs/2012/9/40/Historia,84b7e591-6724-4f29-a715-e9abba34f613.html, acessado em 24/5/2017
 - 5 www.angop.ao/angola/pt_pt/portal/informacoes/ministerio-da-comunicacao-social/mcs/2012/9/40/Agencia,3a2b845a-3429-4a3d-8b81-0ca665081cf8.html, acessado em 24/5/2017
 - 6 www.angop.ao
 - 7 A informação foi obtida em abril de 2017 em entrevista por e-mail à co-autora pela direção da AIM.
 - 8 FAUVET, Paul. Entrevista concedida ao coautor, por e-mail, em 19/11/2015.
 - 9 idem
 - 10 www.ang.gw
 - 11 www.ang.gw/ang.php, acessado em 25/5/2017
 - 12 www.inforpress.publ.cv, acessado em 25/5/2017
 - 13 DÊNDE, Manuel. Entrevista concedida ao co-autor, por e-mail, em 5/12/2012.
 - 14 DÊNDE, Manuel. Entrevista concedida ao co-autor, por e-mail, em 5/12/2012.
 - 15 A Agence Havas (que daria origem à Agence France-Presse - AFP), surgiu em Paris, em 1832, a partir de um escritório de tradução de notícias estrangeiras. A agência seria formalizada em 1835 e refundada como AFP em 1944.
 - 16 www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/internacional/2017/4/21/Brasil-Temer-diz-ter-sido-ingenuo-escandalo-que-pode-lhe-custar-cargo,74e426b2-cc95-4e79-9af0-e8ddc38baaee.html, acessado em 25/5/2017
 - 17 www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/africa/2017/4/19/

Mocambique-Brasil-juntam-hoje-inauguracao-corredor-Nacala,2661d0d7-7884-4c66-a032-65d2a9ddb89e.html, acessado em 25/5/2017

REFERÊNCIAS

Aguiar, P. (2016). Agências de Notícias, Estado e Desenvolvimento: modelos adotados nos países BRICS. *Brazilian Journalism Research*, 12(1), 34-59.

Aguiar, P. (2017). "Brazilian News Agencies: A Unique Model Between Media Conglomerates and the State". In Robinson, L. et al (orgs.), *Brazil: Media from the Country of the Future* (pp.163-185). Emerald.

Aguiar, P.; Lisboa, J. (2016). *Da Agência Nacional à Agência Brasil: o jornalismo de agências e o Estado brasileiro (1937-2016)*. 6º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul, Ponta Grossa.

Aguiar, P.; Pasti, A. (2016). *Geografia das Agências de Notícias: apontamentos para uma análise espacial da circulação da informação*. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom).

ANGOP (2017). *Informações - Sobre Angop – História*. Recuperado de www.angop.ao/angola/pt_pt/portal/informacoes/ministerio-da-comunicacao-social/mcs/2012/9/40/Historia,84b7e591-6724-4f29-a715-e9abba34f613.html.

O Arquipélago (2017). *Carlos Santos deixa Inforpress*. Recuperado de www.jsn.com.cv/imp/nacional/carlos-santos-deixa-inforpress.

Boyd-Barrett, O. (1980). *The International News Agencies*. Constable/SAGE.

Briggs, A.; Burke, p.(2016). *Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Zahar, (3ª ed).

Correia, J. M. (2011). *Da Cabopress à Inforpress SA 1988-2011, duas décadas de jornalismo: um novo começo... online*. JM Edições.

Ferreira, E. de S. (1974). *Portuguese Colonialism in Africa: the end of an era*. The Unesco Press.

Haesbaert, R. (2011). *O Mito da Desterritorialização: do fim dos territórios à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, (6ª ed).

Hohlfeldt, A. (2016). "O Jornalismo nas Antigas Colônias de Expressão Portuguesa". In Sousa, J. P. et al. (orgs.) *Uma História da Imprensa Lusófona* (pp. 207-288). Vol. 1. Editora Media XXI.

Lisboa, J. (2016). *Agências de Notícias na Internet: o uso de plataformas de rede por agências lusófonas*. XXXIX Congresso

Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo.

Lopes, A. S. (Tony Tcheka) (2015). *Os Media na Guiné-Bissau*. Edições Corubal.

Mattelart, A. (1996). *A Invenção da Comunicação*. Instituto Piaget.

Medina, C. (1998). *Notícia, um Produto à Venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, (6ª ed).

Machado, E. (2008). *Sistemas de Circulação no Ciberjornalismo*. ECO-Pós. v.11, n (2), p.21-37.

A Nação (2016). “A inforpress não poderá continuar a ser como uma filha que o Governo não quer” – Paulo Agostinho. 17 de dezembro de 2016.

A Nação (2017). *Conselho de Ministros analisa futuro da Inforpress*, 6 de abril de 2017.

Sousa, J. P. (2008). *Uma História Breve do Jornalismo no Ocidente*. BOCC. Recuperado de www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf.

Thompson, J. B. (1998) *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Vozes.

Juliana Lisboa é jornalista, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e doutoranda em Ciências da Comunicação pela Unisinos. E-mail: juclisboa@gmail.com.
Concepção, planejamento, coleta e interpretação de dados, redação e revisão crítica do artigo

Pedro Aguiar é jornalista, mestre em Comunicação pela ECO/UFRJ e doutorando em Comunicação pelo PPGCom/UERJ. Bolsista FAPERJ. E-mail: pedroaguiar@ufrj.br.
Concepção, planejamento, coleta e interpretação de dados, redação e revisão crítica do artigo

RECEBIDO EM: 29/05/2017 | ACEITO EM: 18/08/2017