

## Agradecimentos

O contributo determinante e decisivo que recebi de várias personalidades e instituições para a execução da presente investigação outorga-me o dever de deixar, desde já, expressa uma devida nota de agradecimento, ainda que necessariamente breve.

Começo pela sua orientadora, Professora Doutora Sandra Pereira, e também pela coorientadora, Professora Doutora Maria Inácia Rezola. Juntos, fizemos uma viagem de vários anos da qual saio muito mais enriquecido e esclarecido sobre diversos temas na área das Ciências da Comunicação e da História. Por isso mesmo, manifesto-lhes, uma vez mais, a minha gratidão pela generosa partilha de conhecimento e também pela inestimável e empenhada orientação.

Agradeço igualmente ao Professor Doutor Gustavo Cardoso, diretor do Doutoramento em Ciências da Comunicação do ISCTE/IUL, ao Professor Doutor José Rebelo, que o iniciou em parceria com a Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), e aos demais docentes do referido curso, muito particularmente os Professores Doutores Rui Brites – que generosamente procedeu ao cruzamento dos dados da análise de conteúdo, mediante o software Excel – e Ana Mafalda Eiró Gomes. A minha gratidão abrange, de igual forma, a Professora Doutora Carla Medeiros (ESCS) e os meus colegas de curso, que sempre partilharam, generosamente, os conhecimentos e documentos de que dispunham.

Ainda academicamente, mas a nível internacional, é devido um agradecimento especial a James E. Grunig (Professor emérito da Universidade do Maryland), que esclareceu prontamente todas as dúvidas sobre os seus modelos de Relações Públicas (Grunig e Hunt, 1984), que estão na base da investigação deste estudo, e disponibilizou vários artigos científicos que se revelaram cruciais para a compreensão e caracterização dos mesmos.

Estou também em dívida de gratidão para com um conjunto de investigadores e docentes universitários que, partilhando dados e documentos da sua autoria, me ajudaram a colmatar muitas das lacunas que encontrei na bibliografia disponível sobre a história das RP em diversos países da Europa/União Europeia. São eles os Professores Doutores Ana Tkalac Verčič (Faculdade de Economia da Universidade de Zagreb), Anastasios Theofilou (Universidade de Bournemouth), Anne-Marie Cotton (Artevelde Applied University), Astrid Spatzier (Universidade de Salzburgo), Baldwin Van Gorp (Universidade de Leuven), Betteke van Ruler (Professora emérita da Universidade de Amesterdão), Bruno Chaudet (Universidade Rennes 2), Carmel Bonello (Universidade de Malta), Dejan Verčič (Universidade de Ljubljana), Denisa Hejlová (Universidade Karlova em Praga), Francis Xavier Carty (aposentado do Dublin Institute of Technology), Günter Bentele (Universidade de Leipzig), Gyorgy Szondi (Leeds Metropolitan University), Jaakko Lehtonen (Universidade

de Jyväskylä Universidade de Turiba, em Riga), Jackie L'Etang (Universidade Queen Margaret), Kaja Tampere (Universidade de Tallinn), Minka Zlateva (Universidade de Sófia), Natalia Rodríguez Salcedo (Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra), Tom Watson (Universidade de Bournemouth) e Toni Muzi Falconi (Faculdade de Ciências Humanas da Universidade LUMSA, Vaticano). Agradeço ainda a Brendan Maartens (Universidade de Middlesex), Elina Melgin (presidente da ProCom – Associação Finlandesa dos Profissionais de Comunicação), Karen Miller Russel (Universidade da Georgia/EUA), Mike Meissner (Universidade de Friburgo) e Richard Evans.

Ao nível das bibliotecas e dos arquivos, é devida uma palavra de agradecimento à equipa da Biblioteca Nacional, muito particularmente a António Martins. Idêntico reconhecimento institucional é devido à Torre do Tombo/Direção-Geral de Arquivos – nas pessoas do Dr. Paulo Tremoceiro, Dr. Fernando Costa, Dra. Odete Martins e Elisa Silva –, à Divisão de Arquivo e Biblioteca do Ministério dos Negócios Estrangeiros – muito especialmente à Dra. Anabela Isidro –, ao Arquivo Histórico Parlamentar, ao Serviço de Informação e Documentação da ESCS – cuja bibliografia no domínio das RP foi crucial –, à Biblioteca do ISCTE e à British Library. No âmbito dos arquivos privados, agradeço a colaboração da Fundação Portugal Telecom e da Fundação Portuguesa das Comunicações, esta última representada pelo Dr. José Vilela, Dra. Dina Grácio, Suzana Afonso, Dra. Isabel Santiago, Dra. Isabel Varão e, muito particularmente, pela Dra. Júlia Saldanha, cujo conhecimento do arquivo histórico dos CTT e da APT se revelou determinante. Igualmente importantes foram a Fundação EDP e o Centro de Documentação do Museu da Eletricidade, na pessoa da Dra. Fátima Mendes, e o Arquivo da Carris, através do Dr. Luís Vale e da Dra. Susana Esteves da Fonseca. Institucionalmente, agradeço ainda a Jorge Félix, presidente do Sindicato dos Trabalhadores do Grupo Portugal Telecom (STPT).

A título muito pessoal, agradeço ao Professor Doutor José Henrique Dias, que acompanhou a fase inicial da investigação – orientando-a enquanto tesina do curso de Estudos Avançados em Jornalismo, realizado entre 2001 e 2003 na UAL/Universidade Complutense de Madrid –, Professor Doutor José-Augusto França, que interveio na contextualização da vida de Mário d'Azevedo Gomes, Dr. António José de Barros Veloso, pelo exemplo de dedicação ao conhecimento e à ciência, Pedro Marques Gomes e, muito especialmente, a Ana Proença, e ainda a Maria João Macieira e a Hélder Santos, cujo apoio moral foi fundamental para a prossecução do trabalho. Não posso igualmente deixar de referir o Dr. Mário Soares, que se mostrou disponível para uma entrevista sobre Mário d'Azevedo Gomes, a qual não se concretizou devido à degradação do seu estado de saúde.

Agradeço também ao meu irmão, Mestre Pedro Santos, que supriu a partir de Londres as necessidades bibliográficas que fui encontrando ao longo da pesquisa, e à minha mãe, Odete Pinto, pelo constante apoio e pelo encorajamento.

## **Resumo**

O presente estudo tem como objeto de análise as primeiras manifestações de Relações Públicas (RP) empresariais em Portugal, muito particularmente os modelos de RP adotados (Grunig e Hunt, 1984), procurando evidenciar o papel do contexto histórico na sua prática. Cingindo-nos ao período compreendido entre 1910 e 1948, seguimos como estratégia de pesquisa a metodologia de estudo de caso. Para o efeito, elegemos a The Anglo-Portuguese Telephone Company, Ltd. (APT), também conhecida como Companhia dos Telefones, que desenvolveu atividade em Portugal entre 1887 e 1967. Cientificamente, pretendeu-se contribuir para colmatar as lacunas existentes na historiografia nacional e europeia das RP empresariais. Nesse sentido, o estudo visou: 1) situar e as origens das RP em Portugal (termo, conceito, prática e intervenientes), objetivando os seus antecedentes; 2) determinar e contextualizar as causas subjacentes ao fenómeno; 3) caracterizar o processo de institucionalização empresarial das RP; 4) determinar a aplicabilidade em Portugal dos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984); 5) evidenciar que fatores conduziram à prática de um dado modelo de RP ou ditaram a transição entre modelos; 6) aferir a existência em Portugal de uma progressão evolutiva ao nível das RP; 7) lançar os alicerces para uma periodização histórica das RP em Portugal. Concluiu-se pela necessidade de revisão do paradigma historiográfico relativo à introdução das RP no País, pela aplicabilidade dos modelos de RP e por um processo de coevolução entre as RP e o jornalismo, o qual constituiu, a par de mudanças inéditas no contexto envolvente, um dos fatores causais no surgimento das RP.

## **Palavras-Chave**

Relações Públicas – Modelos de Relações Públicas – História das Relações Públicas – The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd. – Companhia dos Telefones.

## **Abstract**

The present study aims to analyze the first manifestations of PR in Portugal, particularly the PR models adopted (Grunig and Hunt, 1984), seeking to highlight the role played by the historical context. With reference to the period between 1910 and 1948, a research strategy of case study methodology was elected, focused on The Anglo-Portuguese Telephone Company, Ltd. (APT), also known as Companhia dos Telefones, which developed activity in Portugal between 1887 and 1967. Scientifically, the research intends to help filling the existing gaps in the national and European PR historiography. As so, seven goals were defined: 1) to date the origins of PR in Portugal (covering the term, the concept, the practice and the participants dimensions) and unveil its antecedents; 2) to determine and contextualize the underlying causes of the phenomenon; 3) to characterize the process of corporate institutionalization of PR; 4) to determine the applicability in Portugal of the PR models created by Grunig and Hunt (1984); 5) to evidence which factors led to the practice of a given RP model or dictated the transition between models; 6) to verify the existence in Portugal of an evolutionary ethical progression in the PR practice; 7) to lay the foundations for a historical periodization of PR in Portugal. The study concluded that there is a need to revise the historiographic paradigm related to the introduction of PR in Portugal. Also, the PR models are suited to describe the PR history in Portugal. Thirdly, there is a process of co-evolution between PR and journalism, which was, along with unprecedented changes in the overall context, one of the causal factors for the emergence of PR.

## **Keywords**

Public Relations – Models of Public Relations – Public Relations History – The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd. – Telephone Company.

# ÍNDICE

<b>Introdução</b> .....	15
<b>PARTE I – METODOLOGIA</b> .....	36
<b>Capítulo I – Estratégia e Opções Metodológicas</b> .....	37
I.1. Hipóteses.....	37
I.2. Estratégia de pesquisa.....	38
I.3. Técnicas e instrumentos de pesquisa.....	42
I.3.1. Entrevistas a informadores-chave.....	42
I.3.2. Contacto com investigadores estrangeiros.....	43
I.3.3. Pesquisa bibliográfica e análise documental.....	43
I.3.4. Análise de conteúdo.....	51
I.4. Limitações metodológicas.....	61
<b>PARTE II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO</b> .....	64
<b>Capítulo II – Modelos de Relações Públicas</b> .....	65
II.1. Modos/Padrões Sincrónico e Diacrónico.....	67
II.2. Modelos de Relações Públicas.....	71
II.2.1. Modelo do Agente de Imprensa/Publicista.....	79
II.2.2. Modelo da Informação Pública.....	81
II.2.3. Modelo de Duas-vias Assimétrico.....	83
II.2.4. Modelo de Duas-vias Simétrico.....	86
II.2.5. Validação empírica dos modelos como variável dependente.....	88
II.3. Modelo de Motivação-mista.....	91
II.4. Modelo de Duas-vias Simétrico como Modelo de Motivação Mista e quatro modelos em dois contínuos.....	94
II.5. Novo Modelo de Simetria como prática de duas-vias.....	98
II.6. Dimensões de Relações Públicas.....	100
II.7. Modelos em contexto internacional: Influência Pessoal e Intérprete Cultural.....	102
II.8. Abordagens críticas ao normativo simétrico e aos modelos de RP.....	104

<b>Capítulo III – História e Historiografia das Relações Públicas</b> .....	113
III.1. Historiografia das Relações Públicas.....	114
III.1.1. Problemas e paradigmas dominantes.....	114
III.1.2. Correntes Historiográficas.....	121
III.1.3. Lógicas de Explicação Histórica.....	127
III.2. Historiografia e História das Relações Públicas nos EUA.....	129
III.2.1. Abordagem de Norman Scott Brien Gras.....	130
III.2.2. Abordagem de Eric F. Goldman.....	133
III.2.3. Abordagem de Edward L. Bernays.....	134
III.2.4. Abordagem de Scott M. Cutlip .....	138
III.2.5. Abordagem de James E. Grunig e Todd Hunt .....	142
III.3. Historiografia e História das Relações Públicas na Europa.....	142
III.3.1. Principais desafios e tendências.....	142
III.3.2. Abordagem histórica às RP nos Estados-membros da União Europeia.....	150
<b>PARTE III – ORIGENS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS EM PORTUGAL</b> .....	158
<b>Capítulo IV – Contexto Envolvente, Conceito e Práticas Primordiais de RP</b> .....	159
IV.1. Ambiente político, económico e social.....	159
IV.1.1. Primeira República.....	159
IV.1.2. Da Ditadura Militar ao Estado Novo.....	165
IV.2. Ambiente mediático.....	172
IV.2.1. Imprensa.....	172
IV.2.2. Rádio.....	179
IV.2.3. Agências noticiosas.....	181
IV.2.4. Jornalistas.....	181
IV.2.5. Censura e repressão editorial.....	184
IV.3. Ambiente comunicacional.....	186
IV.3.1. Publicidade.....	186
IV.3.2. Relações Públicas.....	191
IV.3.3. Fornecedores de serviços especializados.....	193
IV.4. Práticas de Relações Públicas empresariais.....	195
IV.4.1. Primórdios.....	195
IV.4.2. Correios Telégrafos e Telefones.....	198
IV.4.3. Companhia Portuguesa Rádio Marconi.....	206

<b>PARTE IV – ESTUDO DE CASO: THE ANGLO PORTUGUESE TELEPHONE COMPANY, LTD.....</b>	<b>210</b>
<b>Capítulo V – A APT em Portugal e o contexto para as Relações Públicas.....</b>	<b>211</b>
V.1. Breve historial da APT.....	211
V.1.1. Introdução e adaptação (1882-1902).....	211
V.1.2. Sistema de bateria central (1903-1930).....	213
V.1.3. Sistema automático (1930-1967).....	216
V.2. Contexto para as Relações Públicas.....	217
V.2.1. Enquadramento contratual.....	218
V.2.2. Ambiente político e regulatório.....	220
V.2.3. Ambiente laboral.....	226
V.2.4. Ambiente social.....	232
V.2.5. Ambiente operacional e comercial.....	234
V.2.6. Ambiente mediático.....	242
V.2.7. Cultura empresarial.....	256
V.2.8. Ambiente concorrencial.....	258
<b>Capítulo VI – As Relações Públicas na APT.....</b>	<b>261</b>
VI.1. Organização, terminologia e conceptualização.....	261
VI.1.1. Dos secretários da administração à departamentalização.....	261
VI.1.2. Origem e progressão do termo.....	266
VI.1.3. Conceptualização teórica.....	266
VI.2. Influências estrangeiras na aquisição de competências.....	269
VI.2.1. Influência britânica.....	271
VI.2.2. Influência norte-americana.....	273
VI.3. Práticas e modelos de Relações Públicas.....	275
VI.3.1. Relações com o poder político e regulador.....	275
VI.3.2. Relações com os empregados.....	280
VI.3.3. Relações com a comunidade.....	286
VI.3.4. Relações com os clientes.....	288
VI.3.5. Relações com a comunicação social.....	296
VI.4. Análise frequencial dos modelos de Relações Públicas.....	319
<b>Conclusão.....</b>	<b>325</b>
<b>Fontes.....</b>	<b>341</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>341</b>

<b>Anexos</b> .....	I
Anexo A – Corpus documental utilizado para estudar a atividade da APT durante o período em análise e as suas práticas de RP e de tipo-RP.....	II
Anexo B – Frequência e percentagem de recortes de imprensa da APT por ano e por décadas (1914-1928).....	III
Anexo C – Frequência e percentagem de recortes de imprensa da APT por periódico (1914-1928).....	IV
Anexo D – Tipologia dos recortes de Imprensa da APT (1914-1928).....	VI
Anexo E – Universo dos recortes de Imprensa da APT validados, por tendência e por periodicidade dos periódicos (1914-1928).....	VII
Anexo F – Frequência e percentagem de recortes de imprensa da APT validados, organizados por periódico (1914-1928).....	VIII
Anexo G – Autoria das notícias contidas nos recortes de imprensa da APT validados (1914-1928).....	IX
Anexo H – Descrição dos jornais produtores dos recortes de imprensa da APT validados (1914-1928).....	X
Anexo I – Critérios para a classificação das notícias sobre a APT nas categorias de favorável, desfavorável ou neutra.....	XII
Anexo J – Tipologias das temáticas relativas à APT presentes nos recortes de imprensa (1914-1928).....	XIII
Anexo K – Tipologia das fontes de informação detetadas nos recortes de imprensa da APT.....	XIV
Anexo L – Universo das Ordens de Serviço da APT e das Ordens de Serviço validadas (1911-1927).....	XV
Anexo M – Universo das Ordens de Serviço da APT e das Ordens de Serviço validadas (1920-1948).....	XVI
Anexo N – Distribuição total da amostra das Ordens de Serviço da APT validadas (1911-1948).....	XVII
Anexo O – Percentagem da extinção, por décadas, dos periódicos republicanos que publicaram notícias sobre a APT entre 1914 e 1928.....	XVIII
Anexo P – Percentagem da fundação, por décadas, dos periódicos republicanos que publicaram notícias sobre a APT entre 1914 e 1928.....	XVIII
Anexo Q – Intervenções parlamentares relativas à APT (1911-1948).....	XIX
Anexo R – Progressão do número de trabalhadores da APT (1914-1923).....	XX
Anexo S – Frequência de queixas, interrupções e avarias registadas pela APT (1914-1923).....	XX

Anexo T – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT (1914-1928).....	XXI
Anexo U – Frequência da extinção nos anos 1920 dos periódicos republicanos que publicaram notícias sobre a APT entre 1914 e 1928.....	XXI
Anexo V – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT, quantificadas por tendência dos periódicos (1914-1928)...	XXII
Anexo W – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT, quantificadas por periódico (1914-1928).....	XXII
Anexo X – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras, quantificadas por temáticas relativas à APT (1914-1928).....	XXII
Anexo Y – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT, quantificadas por fontes de informação (1914-1928) .....	XXIII
Anexo Z – Notícias sobre a APT publicadas no âmbito da campanha de <i>A Imprensa da Manhã</i> (1922).....	XXIII
Anexo A' – Notícias sobre a APT publicadas no âmbito da campanha de <i>A Situação</i> (1928).....	XXIV
Anexo B' – Notícias sobre a APT publicadas no âmbito da campanha do <i>Diário da Noite</i> (1932).....	XXV
Anexo C' – Títulos depreciativos para a APT publicados pela imprensa (1915-1928).....	XXVI
Anexo D' – Entrevistas e declarações concedidas à imprensa por Armando Ferreira enquanto funcionário da APT (1920-1926).....	XXVII
Anexo E' – Comparação entre trechos de dois artigos publicados por <i>O Século</i> e pelo <i>Diário de Notícias</i> , ambos referentes a visitas à estação Norte da APT (1923).	XXVIII
Anexo F' – Entrevistas publicadas pela APT em sete jornais (1928).....	XXIX
Anexo G' – Notícias favoráveis à APT publicadas por <i>O Radical</i> (1922-1927).....	XXX
Anexo H' – Notícias favoráveis à APT publicadas por <i>A Voz Pública</i> (1924-1928).....	XXXI
Anexo I' – Frequência de notícias publicadas pela imprensa a propósito da inauguração de três estações da APT em Lisboa e no Porto (1915-1925).....	XXXII

**Índice de Quadros**

Quadro I.1. – Corpus documental para a análise de conteúdo referente à APT (1911-1948).....	51
Quadro I.2. – Grelha de análise de conteúdo para o modelo do Agente de Imprensa/Publicista.....	53
Quadro I.3. – Grelha de análise de conteúdo para o modelo da Informação Pública.....	55
Quadro I.4. – Grelha de análise de conteúdo para o modelo de Duas-vias Assimétrico.....	57
Quadro I.5. – Grelha de análise de conteúdo para o modelo de Duas-vias Simétrico.....	59
Quadro II.1. – Características dos quatro modelos de RP de Grunig e Hunt (1984)....	74
Quadro VI.1. – Teorização das Relações Públicas na APT (1948).....	267
Quadro VI.2. – Frequência e percentagem dos indicadores nos modelos de RP praticados pela APT (1910-1948).....	320

**Índice de Figuras**

Figura II.1. – Cronograma da conceptualização e receção crítica dos Modelos de Relações Públicas de James E. Grunig (1976-2010).....	66
Figura II.2. – Diagrama resumo de três características dos quatro Modelos de RP no que se refere à natureza e ao tipo de relação estabelecida com o meio envolvente e com os públicos.....	77
Figura II.3. – Fatores que influenciam a seleção de um modelo de RP.....	97
Figura IV.1. – Organograma dos Serviços Culturais dos CTT (1955) .....	205
Figura VI.1. – Influências organizacionais estrangeiras, diretas e indiretas, nas RP da APT (anos 1920-1930).....	270
Figura VI.2. – Prevalência global dos modelos de RP praticados pela APT (1910-1948).....	321
Figura VI.3. – Prevalência, por décadas, dos modelos de RP praticados pela APT, considerando todas as dimensões e indicadores (1910-1948).....	322
Figura VI.4. – Prevalência, por décadas, dos modelos de RP praticados pela APT, excluindo duas dimensões e respetivos indicadores (1910-1948).....	322
Figura VI.5. – Prevalência, por fonte analisada, dos modelos de RP praticados pela APT(1910-1948).....	323

## **Glossário de siglas e abreviaturas**

- AAN – Agência Americana de Notícias.
- ACL – Associação Comercial Lisboa.
- ACLL – Associação Comercial de Lojistas de Lisboa.
- ACLP – Associação Comercial de Lojistas do Porto.
- ACTIL – Associação de Classe dos Trabalhadores da Imprensa de Lisboa.
- AGCT – Administração-Geral dos Correios e Telégrafos.
- AGCTT – Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones.
- AGPTT – Administration Générale des Postes, Télégraphes et Téléphones.
- AHMNE – Arquivo Histórico-Diplomático do Ministério dos Negócios Estrangeiros.
- AHFPC – Arquivo Histórico da Fundação Portuguesa das Comunicações.
- AIP – Associação Industrial Portuguesa.
- AJL – Associação dos Jornalistas de Lisboa.
- AN – Assembleia Nacional.
- ANI – Agência Noticiosa de Informação.
- ANOP – Agência Noticiosa Portuguesa.
- ANP – Ação Nacional Popular.
- ANTT – Arquivo Nacional da Torre do Tombo.
- AOS – Arquivo Oliveira Salazar.
- APA – Agência de Publicidade Artística.
- APT – The Anglo Portuguese Telephone & Co., Ltd.
- AT&T – American Telephone & Telegraph Co.
- BBC – British Broadcasting Corporation.
- BNP – Biblioteca Nacional de Portugal.
- CAL – Companhia das Águas de Lisboa.
- CCN – Companhia Colonial de Navegação.
- CCRP – Comissão de Contacto de Relações Públicas.
- CD – Câmara dos Deputados.
- CEO - Chief Executive Officer.
- CEPT - Conferência Europeia das Administrações de Correios e de Telecomunicações.
- CERP – Confédération Européenne des Relations Publiques.
- CGT – Confederação Geral do Trabalho.
- CIPC – Companhia Industrial de Portugal e Colónias.
- CIPR – Chartered Institute of Public Relations.
- CM – Companhia de Moçambique.

CML – Câmara de Municipal de Lisboa.  
CNMP – Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas  
CP – Companhia dos Caminhos de Ferro Portugueses.  
CPI – Committee on Public Information.  
CPRM – Companhia Portuguesa Rádio Marconi.  
CRGE – Companhias Reunidas de Gás e Eletricidade.  
CSC – Conselho Superior de Comércio.  
CTT – Correios de Portugal / Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones.  
CUF – Companhia União Fabril.  
DGARQ – Direção-Geral dos Arquivos.  
DPC – Departamento Publicitário Comercial.  
DRP – Divisão de Relações com o Público [APT].  
EBOK – European Public Relations Body of Knowledge.  
ECP – Empresa Central de Publicidade.  
ECREA – European Communication Research and Education Association.  
EGBTCE – Edison Gower Bell Telephone Company of Europe.  
EN – Emissora Nacional.  
EPJS – Empresa Pública do Jornal *O Século*.  
EPRHN – European Public Relations History Network.  
ESB – Electric Supply Board.  
ETC – The Eastern Telegraph Company, Ltd.  
ETP – Escritório Técnico de Publicidade.  
EUPRERA – European Public Relations Education and Research Association.  
FVC – Fábricas Vulcano e Collares.  
FNAT – Federação Nacional para a Alegria no Trabalho.  
FPC – Fundação Portuguesa das Comunicações.  
GCSPi – Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação.  
GPO – General Post Office.  
GNR – Guarda Nacional Republicana.  
HML – Hemeroteca Municipal de Lisboa.  
IABC – International Association of Business Communicators.  
ICA – International Communication Association.  
INTP – Instituto Nacional do Trabalho e Previdência.  
ISA – Instituto Superior de Agronomia.  
ISSOPG – Instituto de Seguros Sociais Obrigatórios e de Previdência Geral.  
IHPRC – International History of Public Relations Conference.  
IPL – Instituto Politécnico de Lisboa.

IPR – Institute for Public Relations.  
IPRA – International Public Relations Association.  
ISA – Instituto Superior de Agronomia.  
IT&T – International Telephone and Telegraph Corporation.  
LNEC – Laboratório Nacional de Engenharia Civil.  
LPPS - Liga Portuguesa de Profilaxia Social.  
MABOR – Manufatura Nacional de Borracha.  
MCC – Ministério do Comércio e Comunicações.  
MF – Ministério do Fomento.  
MI – Ministério do Interior.  
MMH – Manuel Martins da Hora.  
MNE – Ministério dos Negócios Estrangeiros.  
MOPC – Ministério das Obras Públicas e Comunicações.  
MUD – Movimento de Unidade Democrática.  
MUNAF – Movimento de Unidade Nacional Antifascista.  
MWTC – Marconi’s Wireless Telegraph Company Limited.  
O/S – Ordem de Serviço.  
OCS – Órgãos de Comunicação Social.  
OWI – Office of War Information.  
PC – Presidência do Conselho.  
PCM – Presidência do Conselho de Ministros.  
PCP – Partido Comunista Português.  
PRP – Partido Republicano Português.  
PRSA – Public Relations Society of America.  
PSP – Polícia de Segurança Pública.  
PT – Portugal Telecom.  
PVDE – Polícia de Vigilância e Defesa do Estado.  
RCP – Rádio Clube Português.  
REC – Repartição de Expediente e Contratos [APT].  
RENFE – Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles.  
RP – Relações Públicas.  
RR – Rádio Renascença.  
RRP – Repartição de Relações com o Público [APT].  
RSC – Repartição dos Serviços Centrais.  
SBTC – Southwestern Bell Telephone Company.  
SC – Serviços Culturais [CTT].  
SCP – Secção de Contratos e Propaganda [APT].

SEI – Secretaria de Estado do Interior.  
SEP – Serviços de Edições e Propaganda [CTT].  
SI – Serviço de Imprensa.  
SIR – Secção de Informações e Reclamações [CTT].  
SIPR – Serviços de Informações, Reclamações e Propaganda [CPRM].  
SNI – Secretariado Nacional de Informação.  
SNJ – Sindicato Nacional dos Jornalistas.  
SNTDP – Sindicato Nacional dos Telefonistas do Distrito do Porto.  
SNTOCDL – Sindicato Nacional dos Telefonistas e Ofícios Correlativos do Distrito de Lisboa.  
S/O – Service Order.  
SOFINA – Société Financi re de Transports et d'Entreprises Industrielles S.A.  
SOPCOM – Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunica o.  
SP – Serviço de Propaganda.  
SPIL – Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa.  
SPN – Secretariado da Propaganda Nacional.  
SPP – Sociedade Propaganda de Portugal.  
SPPCTT – Sec o de Publicidade e Propaganda dos CTT.  
SSI – Sec o dos Serviços de Imprensa.  
STOP - Sociedade Técnica de Organiza es Publicitárias.  
STP – Sec o Técnica de Propaganda.  
TAP – Transportes Aéreos Portugueses.  
TDA – Telephone Development Association.  
TDP – Teledifusora de Portugal.  
TECP – The Engineering Company of Portugal Lda.  
EU – União Europeia.  
UN – União Nacional.  
UNESA – Unidad Eléctrica S. A.  
UON – União Operária Nacional.  
UPU – União Postal Universal.  
URI – União Radiotelegr fica Internacional.  
US – União Socialista.  
UTI – União Telegráfica Internacional.

## – INTRODUÇÃO –

O estudo da génese e do desenvolvimento das RP empresariais em Portugal – assim como o das RP não empresariais – está ainda por fazer, muito especialmente no que se refere ao período respeitante ao início do século XX.

Até à data, não existe, por exemplo, um livro de carácter analítico sobre a história das RP no País<sup>1</sup>, definindo quando (período), porquê (complexo de fatores causais), para quem (empresas), com que objetivos (funcionalidade), através de quem (praticantes/profissionais) e do quê (departamentos ou agências), e como (estratégias e meios) a atividade despontou. O mesmo se aplica a determinar quando o termo ‘Relações Públicas’ e a conceptualização das RP emergiram e começaram a ser utilizados em ambiente empresarial e não só.

Tal constatação não oblitera o importante contributo de um restrito conjunto de autores que ao longo dos últimos 20 anos se têm debruçado, ainda que brevemente, sobre a história das RP praticadas a partir dos anos 1960 (Fonseca, 1998, 2001, 2011; Soares & Mendes, 2004; Tojal *et al.* 2006; Soares, 2011; Eiró-Gomes, 2016), década em que se constituiu a primeira associação profissional e em que teve início o ensino profissionalizante (Soares, 2011).

A pesquisa tem sido, contudo, efetuada, generalizadamente, sem recurso a uma investigação documental sediada em arquivos, nomeadamente empresariais. Pelo contrário, baseia-se exclusivamente em fontes secundárias e na recolha de factos e eventos a partir de testemunhos orais prestados por figuras contemporâneas das RP que iniciaram atividade profissional na área a partir da segunda metade do século XX, desconhecendo, portanto, eventuais antecedentes<sup>2</sup>.

Em resultado das aludidas debilidades historiográficas têm-se reproduzido como válidas três assunções generalistas associadas às origens das RP em Portugal, as quais constituem, de resto, o cerne da historiografia nacional neste âmbito. Primeira, a ideia da existência de um remoto, e simbólico, ponto de conexão com o *Regimento das Casas das Índias e Mina*, chancelado em 1509 por D. Manuel I. Segunda, a crença de que Domingos

---

<sup>1</sup> O livro *Para uma História das Relações Públicas* (Fonseca, 2011) aborda o fenómeno em vários países, incluindo os EUA e diversas nações europeias, sendo os primórdios das RP em Portugal situados nos anos 1960 e tratados de forma sintética e sem recurso a investigação de base arquivística ou documental.

<sup>2</sup> Referimo-nos, por exemplo, a Domingos Avellar Soeiro, mas também a Américo Ramalho, José Viegas Soares, J. Martins Lampreia e J. Moura.

Avellar Soeiro, ao iniciar funções, em 1960, nas RP do Laboratório Nacional de Engenharia Civil (LNEC), terá sido o primeiro praticante de RP a nível nacional (Tojal *et al.* 2006). Terceira, mais importante e em estreita ligação com a anterior, a tese de que o início da prática das RP remonta à década de 1960, tendo ocorrido através do estabelecimento de um departamento de RP no LNEC<sup>3</sup> e de um muito restrito conjunto de companhias multinacionais do sector petrolífero, particularmente a Mobil e a British Petroleum (BP).

Esta última tese transformou-se a partir dos anos 1980 num paradigma histórico dominante e incontestado (Santos, 2016). Iniciado por Lampreia (1981), a nível editorial, encontra-se presente em diversas obras de divulgação (Lampreia, 1981, 1982, 1988, 1999; Fonseca, 1998, 2001, 2011), mas também de carácter eminentemente científico, como capítulos de livros e artigos (Soares & Mendes, 2004; Tojal *et al.* 2006; Soares, 2011; Eiró-Gomes, 2016) e dissertações de mestrado (Pato, 2009; Azevedo, 2013; Romão, 2015) e de doutoramento (Sobreira, 2010), ainda que não focadas especificamente na história das RP.

O referido paradigma ignora, contudo, o facto de a imprensa empresarial ter despontado em Portugal no terceiro quartel do século XIX (Santos, 1995, 2014), o que indicia que as RP empresariais possam ter emergido antes dos anos 1960<sup>4</sup>. Ainda que indiretamente, Weinstein (1983) admitiu essa hipótese, fazendo remontar as origens da RP ao início do século XX<sup>5</sup>. O mesmo fez Eiró-Gomes (2016). Nenhum dos dois autores providenciou, porém, quaisquer datas, factos ou eventos alusivos.

Refira-se ainda que tal paradigma, a ser verdadeiro, colocaria Portugal numa fase final da cronologia da origem do fenómeno das RP a nível europeu, tal como revelado pela historiografia relativa a 23 Estados Membros da União Europeia (cf. III.3.2.), o que indicia uma certa dissonância histórica, sem dúvida possível, mas porventura demasiado singular. Nesse sentido, aproximaria o País não das demais nações ocidentais – que iniciaram a institucionalização<sup>6</sup> das RP até meados do século XX, com predominância nos anos 1920 a 1940, e com os quais é expectável que Portugal tenha maiores afinidades políticas, económicas, sociais e culturais –, mas sim dos países do leste da Europa, especificamente a Croácia e a Hungria. Também neles a emergência das RP remonta aos anos 1960.

---

<sup>3</sup> Que Tojal *et al.* 2006 consideram “o primeiro gabinete de relações públicas português” (p. 68).

<sup>4</sup> Referindo-se ao *Boletim da CP*, iniciado em 1929, Tojal *et al.* (2006) vêem-no como contendo “já, em potência, dados da filosofia relacional que caracterizam as Relações Públicas de hoje” (p. 68). Argumentam, porém, que “é indubitável que as Relações Públicas modernas só aparecem no nosso país cerca de 1960” (*Id., ibid.*).

<sup>5</sup> Nesse sentido, Weinstein (1983) começa por afirmar que “no ano de 1964 fundou-se em Portugal o Instituto de Novas Profissões com os cursos de Relações Públicas e Turismo, em 1968 é fundada também em Lisboa a Sociedade Portuguesa de Relações Públicas e já na década de 70 funda-se a Escola Superior de Meios de Comunicação” (p. 69). Conclui, seguidamente, que “as Relações Públicas em Portugal foram crescendo sozinhas durante 70 anos aproximadamente” (*Id., ibid.*).

<sup>6</sup> Mediante a constituição dos primeiros departamentos de RP ou de tipo-RP (Bentele, 2015).

## 1. Problemática

O estudo da história das RP em Portugal tem de ser analisado à luz das questões essenciais da historiografia das RP e enquadrado nos seus principais problemas e desafios. Desde logo, os três paradigmas históricos dominantes, os quais se constituíram (cf. Cap. III) em obstáculos epistemológicos (Waston, 2014e; McKie e Munshi, 2007).

O primeiro deles emergiu nos anos 1940 (Salcedo, 2011), fruto da hegemonia da historiografia norte-americana das RP (L'Etang, 2008; Salcedo, 2012; Ruler e Verčič, 2002). É traduzido na tese de que as RP têm por origem geográfica os EUA, tendo sido posteriormente exportadas para o resto do mundo (Tench e Yeomans, 2006; Dinan e Miller, 2009), chegando à Europa Ocidental durante e após a Segunda Guerra Mundial. O modelo historiográfico norte-americano tem sido utilizado para explicar a génese das RP noutros países, nomeadamente nos europeus, não levando em conta as distintas especificidades políticas, sociais e económicas (Garcia e Salcedo, 2009).

Ao estabelecer as origens das RP empresariais nos anos 1960 e como fruto de um escasso conjunto de empresas multinacionais, como a Mobil, o paradigma português reforça, portanto, o paradigma global. Entra, contudo, em dissonância com a contestação de que o mesmo tem sido alvo desde os anos 1990 por diversos autores europeus (Rühl, 1994; Nessmann, 1995, 2000; Kunczik, 1997; Liebert, 1997; Szyszka, 1997; Ruler e Verčič, 2002; Ruler, 2004; L'Etang, 2008; Salcedo, 2008; Bentele, 2009; Watson, 2013).

A sua tese assenta na ideia de que embora o termo 'Relações Públicas' possa ter sido importado dos EUA durante o período da Segunda Guerra Mundial (Ruler, 2004), as práticas de RP já existiam na Europa desde o século XIX, nomeadamente ao nível dos gabinetes de imprensa em atividade na Áustria e na Alemanha (Nessmann, 2000; Bentele, 2015), tendo-se manifestado também na Inglaterra dos anos 1920 (L'Etang (1998, 1999, 2004, 2008). Segundo Binder (1983) é, portanto, necessário dissociar as origens das RP do surgimento do termo 'Relações Públicas', o que permite abarcar nos primórdios das RP europeias as práticas de propaganda observáveis a partir dos anos 1930 em países como a Alemanha (Bentele, 2015), Espanha (Salcedo, 2008), Itália (Bini, Fasce e Falconi, 2011) e Portugal (Watson e Salcedo, 2017), mas também a Finlândia (Hertzen, Melgin e Åberg, 2012) e a atual República Checa (Hejlová (2014).

O que está em causa neste âmbito é a identidade das RP europeias<sup>7</sup> e a sua possível afirmação como tradição independente dos Estados Unidos, porque anterior e com

---

<sup>7</sup> Questão complexa, pois a historiografia europeia das RP debate-se com o problema da especificidade social e cultural (Tench e Yeomans, 2006) pelo facto de não existirem estudos sobre o fenómeno que considerem a globalidade do continente europeu, mas tão só países ou grupos de países. Consequentemente, é, porventura, prematuro o debate sobre uma identidade europeia.

características próprias. Esse pressuposto tem sido defendido pelos autores referidos e também no âmbito do projeto EBOK<sup>8</sup>, iniciado em 1988 pela European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA). A comprovação de tal tese tem um inegável impacto na crise de identidade com que as RP se debatem na Europa (Nessmann, 2000) e também, potencialmente, no debate que se tem produzido em torno de as considerar como uma profissão com uma jurisdição própria.

O segundo paradigma historiográfico assume um carácter estrutural-funcional<sup>9</sup> (Trujillo e Toth, 1987; Pearson, 1992), radicando na atribuição das origens e do desenvolvimento das RP ao universo empresarial. Funcionalmente, a ocorrência do fenómeno é relacionada com as necessidades organizacionais e a prossecução do interesse próprio das empresas no quadro de “significativas mudanças económicas, tecnológicas e sociais” (Pearson, 1992: 126) ocorridas na transição do século XIX para o século XX. Ilustra essa perspetiva a afirmação de Pearson (1992) de que “as relações públicas se desenvolvem como uma função especializada (i.e. como uma inovação estrutural nas organizações) porque são funcionais para a sobrevivência organizacional” (p. 129).

O denominado paradigma de gestão não é, contudo, a única explicação existente para a emergência das RP, sendo conhecidas diversas lógicas de explicação histórica e diferentes correntes historiográficas (cf. Cap. III).

A questão central desse paradigma não é dissociável do primeiro paradigma pois, como Nessmann (2000) notou, a génese das RP norte-americanas difere da europeia<sup>10</sup>. De acordo com Ruler (2009) e com Tench e Yeomans (2006), se as primeiras despontaram no âmbito empresarial, as segundas, pelo contrário, surgiram no quadro governamental e da administração pública. E enquanto as norte-americanas parecem ter emergido como estratégia defensiva face a um jornalismo de denúncia das más condutas empresariais, nomeadamente ao nível económico e social, as europeias ter-se-ão centrado mais na disseminação de informação.

Consequentemente, o paradigma de gestão, e, bem assim, a explicação estrutural-funcional de que é portador, não se aplicariam ao caso europeu. A diferenciação das RP norte-americanas e europeias com base nas causas originárias do fenómeno é, de resto, negada por um estudo conduzido por Schönhagen e Meißner (2016), que concluíram que “a emergência das RP na segunda metade do século XIX foi, entre outras, uma reação ao desenvolvimento do jornalismo, que se tornou cada vez mais tendencioso” (p. 748).

---

<sup>8</sup> European Public Relations Body of Knowledge.

<sup>9</sup> O funcionalismo foi definido por Lacey (1996) como sendo “qualquer visão que analisa algo em termos de como funciona e, especialmente, no que se refere às suas causas e efeitos” (p. 124).

<sup>10</sup> Note-se que Nessmann (2000) baseou-se somente nos casos da Áustria e da Alemanha.

O terceiro paradigma é materializado na afirmação das RP como um constructo evolutivo de natureza ética (L'Etang, 2009), narrativa que se iniciou com Bernays (1952), mas que tem sido contestada por autores como L'Etang (2008) e Lamme e Miller (2010). A matriz evolutiva assenta na ideia de que as RP transitaram, progressivamente, de práticas associadas à manipulação para uma comunicação dialogante que considera tanto os interesses das organizações como o dos públicos (Hoy *et al.*, 2007). Insere-se nesse âmbito a proposta de quatro modelos de RP de Grunig e Hunt (1984), os quais visavam tipificar a sucessão de fases por que passou a história das RP.

Até ao presente, a historiografia portuguesa das RP não se preocupou com estas duas últimas questões. Explica-o, desde logo, o facto de enfermar das mesmas fragilidades que afetam a historiografia global das RP, principalmente a nível metodológico. Nesse âmbito, verifica-se o predomínio da análise descritiva (Bentele, 2013), baseada na recolha de factos, segundo a sua sequência histórica, para o estabelecimento de uma periodização. Desprovida de um objetivo etiológico, tal abordagem, que se opõe à historiografia baseada em modelos e na teoria (Bentele, 2013), de âmbito sistemático e analítico, tem-se mostrado incapaz, e até desinteressada, de explicar a causa dos fenómenos, agindo, como Nessmann (2000) defendeu, no sentido de “pôr a descoberto uma complexa rede causal” (p. 212).

Por essa mesma razão, a historiografia portuguesa não oferece qualquer explicação para a prática das RP ter emergido, especificamente, nos anos 1960 e não noutra década. Ignora, assim, as questões do contexto<sup>11</sup> sociopolítico, económico e mediático, às quais o desenvolvimento das RP se revela sensível (Bentele e Wehmeier, 2009; García e Salcedo, 2009; White, L'Etang e Moss, 2009). Como notaram Tench e Yeomans (2009), “as relações publicas são um produto das circunstâncias económicas e políticas do seu tempo e desenvolvem-se de acordo com as necessidades destes contextos alargados” (p. 3).

O estudo não alicerçado em modelos significa também que não tem sido possível, no caso português, validar a perspetiva evolucionária das RP, atendendo a que não existe sequer uma periodização histórica objetivamente definida e assente em etapas distinguíveis entre si em função da sua idiosincrasia. A periodização obrigaria, de resto, a enfrentar um problema fundamental na historiografia das RP. Referimo-nos à questão ontológica, isto é, a existência das RP como fenómeno claramente identificável e cronologicamente delimitável (Nessmann, 2000).

Tal problema está intimamente ligado ao que se entende por RP e à sua diferenciação de atividades similares. Com efeito, como definir, e em função de que critérios, a partir de que momento estamos, de facto, em face da prática de RP e não de outra atividade que a tenha

---

<sup>11</sup> Nessmann (2000) referiu-se à questão como as “condições sociais (económicas, técnicas, políticas, culturais, etc.) relevantes de uma sociedade” (p. 212).

antecedido, nomeadamente, a propaganda ou a *publicity*? E se considerarmos estas duas últimas como proto-RP (Watson, 2012) ou como práticas de tipo-RP (Grunig e Hunt, 1984), onde se desenha, por exemplo, a fronteira histórica que as separa do que entendemos atualmente por RP?

A questão é tão mais complexa quanto alguns dos autores que defendem que as práticas de tipo-RP têm em comum com as RP a utilização da persuasão (Miller, 1989) e da propaganda – tendo integrado esta última no primeiro dos quatro modelos que propuseram para representar as etapas de desenvolvimento histórico das RP (Grunig e Hunt, 1984) – rejeitam a propaganda como precursora das RP (Verčič, L. Grunig e J. Grunig, 1996).

Posição diferente têm os autores que estabelecem a propaganda como antecessora das RP (L'Etang, 1998, 2009; Heath, 2005a; Tench e Yeomans, 2006; Morris e Goldsworthy, 2008). Alguns deles utilizam mesmo os dois termos de forma análoga (L'Etang, 1998, 2009; Moloney, 2006; Morris e Goldsworthy, 2008). L'Etang (1998, 2009), por exemplo, notou que Edward Bernays utilizava o termo propaganda antes de adotar o termo 'public relations' para designar a sua atividade<sup>12</sup>, tendo o seu segundo livro sido intitulado *Propaganda* (Bernays, 1928). Nesse sentido, a autora considera que existem sobreposições em ambas as atividades e que, tal como nos EUA, diversos praticantes de RP no Reino Unido se formaram através do trabalho de propaganda que desenvolveram durante os períodos de guerra na primeira metade do século XX<sup>13</sup>.

Outro problema que afeta a historiografia das RP – com impacto na identidade da atividade – é a assunção de que a prática das RP não se coaduna com os regimes totalitários. A questão foi colocada a partir dos anos 1980 por diversos autores (Grunig e Hunt, 1984; Cutlip et al., 1985; Harrison, 1995; Morris e Goldsworthy, 2008) que postularam as RP como um fenómeno das sociedades democráticas, pressupondo a existência de um sistema mediático, marcado pela liberdade de imprensa, e a existência de mercados em regime de livre concorrência

Não existe, contudo, unanimidade ou consenso em torno da questão, como o atesta a posição diametralmente oposta que é sustentada por diversos autores europeus e norte-americanos, incluindo alguns dos que primeiramente defenderam a tese em causa. Verčič, L. Grunig e J. Grunig (1996) demonstraram, num estudo de caso sobre a Eslovénia, que

---

<sup>12</sup> Heath (2005a) nota que “mesmo durante as primeiras décadas do século XX, os praticantes [de RP] julgavam que estavam envolvidos na prática da propaganda. Quando esse termo ficou associado à manipulação, mentira e ilusão, os praticantes seniores, como Edward Bernays e John W. Hill, procuraram divorciar-se, a si e à sua prática, desse aspeto da comunicação pública” (p. 33). Tal terá sucedido quando após o término da Primeira Guerra Mundial o público norte-americano ficou a saber que tinha sido manipulado pela propaganda do seu próprio país (Jowett e Heath, 2005).

<sup>13</sup> De acordo com L'Etang (2009), “durante o período entre guerras, e, até certo ponto, após a Segunda Guerra Mundial, os praticantes britânicos [de RP] usaram o termo [propaganda] indiferenciadamente” (p. 34).

mesmo as RP de excelência (cf. Cap. II) são observáveis “num sistema político-económico centralizado, autoritário ou totalitário” (p. 62), ainda que com “extrema dificuldade” (*id.*, *ibid.*). De forma similar, Watson e Salcedo (2017), que estudaram o desenvolvimento das RP nos regimes ditatoriais do Sul e do Leste Europeu, entre 1945 e 1990, concluíram que “as relações públicas se desenvolveram nas ditaduras e no bloco soviético” (p. 375), regimes caracterizados por serem também economias fechadas. Tojal *et al.* (2006) referem-se ao desenvolvimento das RP sob a ditadura militar no Brasil da segunda metade do século XX.

## 2. Apresentação do tema

Enquadrando-se na problemática delineada, a presente investigação aborda o fenómeno das primeiras manifestações de RP empresariais em Portugal.

O campo empírico encontra-se delimitado nos seguintes âmbitos:

1. Geográfico: a pesquisa incide apenas na realidade do continente português;
2. Temporal: analisamos os primórdios das RP, considerando para tal o período histórico compreendido entre 1910 e 1948. O racional desse intervalo cronológico, de que nos ocuparemos detalhadamente na metodologia, encontra-se no facto de elegermos o contexto histórico como variável independente, constituindo-se como variável dependente as práticas e os modelos de RP. Nesse sentido, reconhecendo a emergência do termo, do conceito e das práticas de RP nos anos 1910 e considerando os anos de 1940 como um ponto de chegada em termos teóricos (Santos, 2003, 2016), o período em causa abarca três sistemas políticos: Primeira República (1910-1926), Ditadura Militar (1926-1933) e Estado Novo (1933-1974). Dadas as semelhanças entre os dois últimos, considerámos dois períodos: o democrático, representado pela Primeira República (1910-1926), e o ditatorial, representado pela Ditadura Militar e pelo Estado Novo (1926-1948);
3. Operacional: focamo-nos na aplicação empresarial das RP, embora não excluindo totalmente a sua prática em organismos governamentais e da administração pública central e local, em organizações políticas e partidárias e em organizações não governamentais. Com efeito, tal informação revela-se útil para situar e contextualizar a prática empresarial no contexto do fenómeno global da emergência das RP em Portugal;
4. Sectorial: a pesquisa circunscreve-se ao sector das comunicações (postais, telefónicas e telegráficas) e, dentro deste, insere-se na metodologia de estudo de caso, elegendo apenas uma empresa.

Face à vastidão do universo empresarial, e perante a manifesta impossibilidade de o estudar no seu todo, elegemos como estudo de caso a The Anglo-Portuguese Telephone Company, Ltd. (APT), também conhecida, operacionalmente, como Companhia dos Telefones. Empresa de capitais britânicos dedicada ao sector das telecomunicações, desenvolveu atividade em Portugal entre 1887 e 1967<sup>14</sup>, sob concessão estatal, providenciando, em regime de exclusividade, os serviços telefónicos das regiões de Lisboa e do Porto.

A seleção da APT, em particular, insere-se na continuidade da pesquisa efetuada anteriormente neste âmbito (Santos, 2003). Presidiu à opção por esta empresa um conjunto de circunstâncias que, em alguns casos, são de potencial ocorrência única durante o período em análise:

1. O facto de as suas práticas de tipo-RP remontarem, de forma documentada, ao início do século XX, muito embora existam indícios de terem tido início no século imediatamente anterior;
2. O facto de nos anos 1920 ter criado uma secção orgânica do tipo departamento de RP;
3. O facto de nos anos 1930 ter criado o cargo de ‘Secretário Executivo para as relações com o público’;
4. O facto de nos anos 1930 e 1940 ter editado duas publicações no âmbito das então designadas ‘Relações com o Público’ (APT, 1934a; 1948), o que lhe confere um notório pioneirismo em Portugal<sup>15</sup>;
5. O facto de nos anos 1940 um dos seus quadros técnicos na área das RP ter, em sua representação, manifestado publicamente – numa conferência sobre as relações com o público – conhecimentos teóricos nesse domínio, bem como da sua aplicação prática (Portugal, 1948), o que foi igualmente pioneiro;
6. A circunstância de no período em análise, sobretudo nas décadas de 1910 e 1920, ter sido sujeita a uma intensa e continuada pressão política, laboral, social, operacional e mediática (Santos, 1992; 1999), o que pode explicar o início da prática das RP em função de um contexto macro e micro adverso.

---

<sup>14</sup> Data em que a concessão passou para o Estado português, passando a ser gerida pela empresa pública Telefones de Lisboa e Porto (TLP).

<sup>15</sup> Pioneirismo confirmado pela pesquisa que realizámos com recurso à base de dados da PORBASE, tendo utilizado, para o efeito, os termos ‘Relações Públicas’, ‘Relações com os Públicos’, ‘Public Relations’, ‘Relations Publiques’ e ‘Propaganda’. Reconhecendo que no passado nem sempre se utilizaram tais designativos para enquadrar atividades de tipo-RP, recorremos também aos termos ‘Relações Humanas’ e ‘Relações Industriais’. Nenhum dos referidos termos devolveu a existência de manuais prévios aos publicados pela APT.

A opção pela APT levou igualmente em conta o facto de o espólio da companhia estar preservado, tratado e disponível para consulta no Arquivo Histórico da Fundação Portuguesa das Comunicações (AHFPC), o qual contém um importante conjunto de documentos com interesse elevado para a análise histórica do fenómeno das RP (Anexo A).

Neste mesmo âmbito, foi também valorizada a existência no Arquivo Nacional da Torre do Tombo de diversos processos referentes à atividade da APT e à sua relação com o governo português e com a Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (AGCTT), entidade que superintendia a Companhia a nível técnico, operacional e tarifário.

### 3. Propósitos do estudo

De uma forma genérica, animou-nos a realizar este estudo o desejo de aprofundar a compreensão das origens das RP em Portugal. Tal objetivo já no passado nos levou à produção de um corpo de livros e de artigos científicos e de divulgação dedicados à história da imprensa empresarial no País (Santos, 1994, 1995, 1996a, 1996b, 2014).

Norteou-nos também uma abordagem crítica<sup>16</sup> e de inconformismo face ao paradigma historiográfico dominante a nível nacional, a qual esteve presente em dois contextos académicos distintos. Primeiramente, na tesina efetuada no âmbito dos Estudos Avançados em Periodismo, na Universidade Complutense de Madrid (Santos, 2003), documento do qual esta tese é, ainda que muito parcialmente, herdeira e sucessora. Mais recentemente, na participação na sexta edição da *International History of Public Relations Conference*, realizada em 2015 na Bournemouth University, em Inglaterra. Nesse âmbito, apresentámos uma comunicação intitulada *Roots of Public Relations in Portugal: Changing an Old Paradigm* (Santos, 2015), a qual foi selecionada para publicação na revista científica *Public Relations Review*, o que veio a ocorrer em 2016, sob o mesmo título (Santos, 2016).

Numa perspetiva mais abrangente e de cidadania, que leva em conta o contexto de desregulação económica e as assimetrias sociais daí decorrentes, entendemos pertinente estudar o papel que as RP têm desempenhado historicamente na sociedade, nomeadamente no âmbito de um eventual processo de coevolução com o jornalismo. Nesse plano, interessa-nos, sobretudo, contribuir para que de futuro a prática das RP traduza uma atuação mais responsável e ética, cumprindo o seu serviço social ou propósito moral: favorecer a harmonia social (Seib e Fitzpatrick, 1995).

Naturalmente, o trabalho científico caracteriza-se pelo desenvolvimento de teorias e de modelos explicativos de diferentes fenómenos e, em alguns campos – particularmente no

---

<sup>16</sup> Tosh (2009) enuncia três categorias de construção histórica: descritiva (essencialmente narrativa), analítica (centrada nas causas e motivações históricas dos fenómenos) e crítica (desafiadora do poder estabelecido e propositora de perspetivas novas e alternativas).

das ciências exatas – pela previsão da sua ocorrência. É nesse quadro conceptual de base que se insere a presente investigação, que não pretende, pois, ser um fim em si mesma, mas sim um meio para validar ou refutar teorias e modelos existentes e, eventualmente, propor alternativas ou reformulações.

Sob tal enquadramento, visamos, através do estudo da realidade nacional, contribuir, genericamente, para o desenvolvimento da historiografia das RP, muito particularmente da europeia, e também da construção modelar iniciada por Grunig (1976) e consolidada por Grunig e Hunt (1984). Pretendemos, em concreto, encontrar respostas para um conjunto de questões extraídas da problemática que identificámos anteriormente como fundamental no debate teórico neste âmbito:

1. As RP são uma prática originária dos EUA e exportada para a Europa durante e após a Segunda Guerra Mundial ou, pelo contrário, é possível identificar uma raiz europeia prévia e independente da tradição norte-americana?
2. Que rede causal explica as origens das RP na Europa? Pode validar-se o hegemónico paradigma de gestão de explicação estrutural-funcionalista ou, ao contrário dos EUA, as RP europeias desenvolveram-se inicialmente na esfera governamental e da administração pública? Num prisma de coevolução entre as RP e o jornalismo, qual o papel desempenhado, em concreto, por este último na génese da prática das RP empresariais? Tal como nos Estados Unidos, também na Europa a emergência das RP empresariais foi influenciada por um jornalismo de denúncia das más práticas empresariais? Subsidiariamente, que correntes historiográficas e lógicas de explicação histórica melhor descrevem as origens das RP na Europa?
3. Os modelos de RP de Grunig e Hunt (1984) são capazes de tipificar a progressão histórica da prática das RP a nível europeu?
4. Por que razão ou razões as empresas adotam um modelo de RP específico?
5. O desenvolvimento histórico das RP desenha, de facto, um processo evolutivo a nível ético, progredindo a função RP de práticas manipulatórias para uma atitude de mútuo entendimento e de conciliação de interesses entre empresas e públicos?
6. É possível observar-se a prática de RP sob regimes totalitários?
7. As RP desenvolveram-se a partir da propaganda?

Tomando por base tais questões, o presente projeto de investigação tem como pergunta de partida a seguinte interrogação genérica:

– Quando, como e por que razões emergiram e se desenvolveram em Portugal as RP empresariais, e que modelos de RP foram adotados pelas empresas que pioneiramente as praticaram?

Esta interrogação traduz desde logo a importância que atribuímos ao estudo das causas do fenómeno das RP empresariais em Portugal e à possibilidade do seu enquadramento num modelo teórico. Implicitamente, evidencia também a importância do contexto histórico, questão a que já anteriormente nos referimos e que integra os objetivos específicos deste estudo. São eles:

1. Identificar os antecedentes das RP em Portugal, previamente ao período em análise, procurando identificar, nomeadamente, práticas de *publicity* em contexto empresarial;
2. Situar cronologicamente as origens do fenómeno das RP em Portugal quanto ao termo, ao conceito e à prática, comparando-as com as origens em países terceiros da Europa, tal como narradas pelas historiografias norte-americana e europeia, visando encontrar consonâncias e dissonâncias cronológicas e setoriais;
3. Caracterizar o processo de institucionalização empresarial das RP, procurando encontrar processos de progressão hierárquica ao nível da atribuição da responsabilidade por tal função e da estruturação departamental, e determinar o *background* profissional dos praticantes de RP;
4. Determinar e contextualizar, em particular, as origens e o desenvolvimento das RP empresariais em Portugal, identificando as principais causas subjacentes ao fenómeno e enquadrando-as nas diferentes correntes historiográficas (Salcedo, 2011) e nas lógicas de explicação histórica (Vos, 2011). Neste âmbito, importa saber: a) por que razão as RP emergiram num período específico; b) se surgiram como reação a uma ameaça (interior ou exterior) às empresas ou, pelo contrário, na sequência de um processo de desenvolvimento organizacional ou de aplicação de uma prática e teoria importadas;
5. Determinar a aplicabilidade em Portugal dos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984), evidenciando quais os adotados pelas empresas, focando-nos exclusivamente na APT como estudo de caso;
6. Evidenciar que fatores intrínsecos (relativos à empresa e aos praticantes de RP) e extrínsecos (contexto) conduziram à prática de um dado modelo de RP pela APT ou ditaram a transição entre modelos. Procuramos assim averiguar a existência de uma relação de interdependência entre os modelos de RP praticados e o contexto envolvente, nomeadamente as atitudes/comportamentos dos *stakeholders*;
7. Aferir a existência em Portugal de uma progressão evolutiva ao nível das RP;

8. Lançar as bases para uma periodização da história das RP em Portugal, adotando-se, para tal, o modelo de estratificação para a história evolutiva das RP (Bentele, 2015).

Tais objetivos conferem ao estudo o propósito de inovação que o caracteriza e uma significativa pertinência pois são suscetíveis de ter impacto em questões fundamentais das RP em Portugal. Referimo-nos, muito particularmente, a três dimensões.

A primeira é a da identidade ou da afirmação identitária das RP – a começar pela designação da atividade (Soares, 2011) –, questão problemática porque, como notou Lampreia (1996), o campo das RP, ao contrário do campo do marketing, “não foi capaz de comunicar a definição da sua própria essência e atividade junto do grande público” (p. 92). Ao revelar que os alicerces das RP são mais antigos do que se pensava e ao historiar a progressão do termo, do conceito, das práticas e dos praticantes de RP – desde meados do início do século XX até ao raiar dos anos 1950 – esperamos contribuir para adensar a idiosincrasia das RP nacionais, acrescentando-lhe substância e uma maior relevância social, e também para facilitar o processo da sua institucionalização na sociedade.

Objetiva-o, desde logo, a associação dos primórdios das RP, empresariais e não empresariais, a um conjunto de destacadas personalidades da ciência, da política e da cultura do século XX que se ignorava até à data terem participado no processo.

Referimo-nos, nomeadamente, a Sebastião de Magalhães Lima (1851-1928), Mário d’Azevedo Gomes (1885-1965), José Augusto Barbosa Collen (1849-1917), Armando Ferreira (1893-1968) e Joaquim Paço d’Arcos (1908-1979).

A segunda, intimamente ligada à anterior, é a reputação das RP<sup>17</sup>, cujo termo, como nota Pereira (2010), apresenta ainda uma “conotação menos positiva [...] em alguns quadrantes, quer do meio académico, quer do meio empresarial”<sup>18</sup> (pp. 7-8). Lampreia (1996) relacionou o fenómeno com o facto de “os primeiros ‘profissionais’ não estarem, na maioria, devidamente qualificados para desempenhar as funções de técnico de relações públicas” (p. 94). Embora sabendo que o autor se refere a uma realidade posterior ao período contemplado neste estudo, tal motivou-nos a prestar especial atenção ao impacto que os praticantes primordiais e os modelos de RP adotados possam ter tido na responsabilidade social das RP e na sua imagem pública.

A questão anterior faz a ponte para a terceira dimensão, ligada à definição das RP como profissão e ao longo e inconcluso processo tendente ao seu reconhecimento como tal em Portugal (Tojal *et al.*, 2006; Sobreira, 2010). Quanto ao primeiro vetor, são vários os autores que negam às RP o estatuto de profissão, imputando-lhe antes a natureza de ocupação. É o

---

<sup>17</sup> L’Etang (2009) aponta às RP a falta de “legitimidade social” (p. 36). Stauber e Rampton (2004) veem-nas como uma ocupação que “compromete a democracia e estrangula ou distorce os debates” (Fawkes, 2007: 313).

<sup>18</sup> Também Tojal *et al.* 2006 notaram a conotação negativa da expressão ‘relações públicas’.

caso de L'Etang (2009) e também de Morris e Goldsworthy (2008). Todos eles defendem que uma profissão se caracteriza por possuir um conjunto de características sociológicas que escapam às RP. Embora tais características (Cutlip *et al.*, 1985) sejam contestadas no quadro da sociologia das profissões (MacDonald, 1995) e por autores na área das RP (Pieccka e L'Etang, 2006), e não estivessem reunidas em Portugal durante o período em análise, razão pela qual não desenvolvemos a questão, pretendemos contribuir para o debate. Nesse enquadramento, constituem objetivos periféricos situar a emergência das RP como ocupação principal e exclusiva dos seus praticantes e explicitar a sua interação com o jornalismo, campo tido como emanante das RP (Schudson, 1978), o que faremos traçando o background académico e profissional dos primeiros praticantes de RP.

#### 4. Perspetiva e questões de Relações Públicas no estudo

A definição do que se entende por RP tem sido uma temática tratada abundantemente na extensa bibliografia existente nesta área, tanto mais que subsistem discordâncias conceptuais quanto à diferenciação das RP face à comunicação organizacional ou à comunicação corporativa (Pereira, 2010), e também face a outras práticas conexas<sup>19</sup>.

No âmbito do presente estudo, torna-se, pois, necessário precisar o que entendemos por RP e que conceitos lhe são inerentes. Não nos preocupámos tanto com a questão da aludida diferenciação, atendendo a que diversos autores, como Grunig (1992 b) – cuja obra e teorização são centrais na nossa pesquisa – e Hutton (1999) utilizam de forma indiferenciada os três termos referidos. Mais importante é a clarificação do que distingue as RP da propaganda, termo que, como notámos, foi durante o período em análise utilizado pelas empresas para designar práticas de tipo-RP.

Reconhecendo a dificuldade crónica de definir o que se entende por RP e a não existência de uma definição universal ou consensual (Grunig, 1992a; Hutton, 1999; Moloney, 2000; Tench e Yeomans, 2006), adotámos, globalmente, o descritivo formulado por Grunig e Hunt (1984), que caracterizaram as RP como “a gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos” (p. 6).

Especificamente, considerámos outras definições mais detalhadas que foram propostas ao longo dos últimos 40 anos e que se inserem na mesma linha conceptual, a começar pela de Rex F. Harlow, intrinsecamente abrangente e de síntese<sup>20</sup>:

---

<sup>19</sup> L'Etang (2009) nota que “as relações públicas sofrem, como ocupação, com a falta de delimitação, a existência de fronteiras débeis e a invasão de outras disciplinas, como o marketing e os recursos humanos” (p. 36). A questão da diferenciação das RP face ao marketing foi tratada, entre outros, por Hutton (2010).

<sup>20</sup> Já que resultou da análise de 472 definições, recolhidas em livros e revistas publicados desde o início do século XX sobre as RP, e de um inquérito direto a 63 personalidades ligadas às RP nos Estados Unidos.

As Relações públicas são uma função de gestão distinta que ajuda a estabelecer e a manter linhas mútuas de comunicação, compreensão, aceitação e cooperação entre uma organização e os seus públicos; envolve a gestão de problemas ou questões; ajuda a administração a manter-se informada e a responder à opinião pública; define e enfatiza a responsabilidade da administração em servir os interesses dos públicos; ajuda a administração a manter-se a par da mudança e a utilizá-la eficazmente, servindo como um sistema de alerta precoce para ajudar a antecipar tendências; e usa a pesquisa e a comunicação sã e ética como sua principal ferramenta (Harlow, 1976: 36).

Nessa mesma linha, Cutlip et al. (1985) consideraram que as “Relações Públicas são a função de gestão que identifica, estabelece e mantém relações mutuamente benéficas entre uma organização e os vários públicos de que depende o seu sucesso ou fracasso” (p. 4). Heath e Coombs (2006), por seu lado, definiram as RP como:

A função de gestão que envolve o planeamento, a pesquisa, a divulgação<sup>21</sup>, a promoção e a tomada de decisões conjuntas para auxiliar a capacidade de qualquer organização para ouvir, apreciar e responder apropriadamente às pessoas e grupos com os quais necessita de promover relações mutuamente benéficas, à medida que se esforça para atingir a sua missão e visão (p. 7).

Definições muito semelhantes podem ser encontradas em instituições como a Public Relations Society of America (PRSA) e o Chartered Institute of Public Relations (CIPR). Nesse sentido, a PRSA definiu as RP como “um processo de comunicação estratégica que cria relações mutuamente benéficas entre as organizações e os seus públicos” (PRSA, s.a.). Já o CIPR refere-se às RP como “a disciplina que cuida da reputação com o objetivo de obter compreensão e apoio, e de influenciar a opinião e o comportamento. É o esforço planejado e sustentado para estabelecer e manter a boa vontade e a compreensão mútua entre uma organização e os seus públicos” (CIPR, s.a.).

L’Etang (2009) outorgou às RP o propósito da “comunicação e troca de ideias, seja para responder à mudança ou para a facilitar” (p. 18). A autora definiu também os processos-chave das RP, isto é, os passos envolvidos na atividade de RP: pesquisa, objetivos, públicos, mensagens, estratégia e táticas, avaliação (L’Etang, 2009).

Se adicionarmos a este conjunto de procedimentos os meios de comunicação utilizados e uma síntese global das definições já referidas, podemos chegar a uma definição que serve de base à presente investigação.

Formulamo-la nos seguintes termos:

---

<sup>21</sup> *Publicity*, no original.

*As RP são uma função de gestão que, a partir de um corpo teórico próprio e sob o termo “Relações Públicas”, gere, de forma idealmente ética e responsável<sup>22</sup>, a comunicação estratégica entre uma organização e os seus diferentes públicos, também designados por stakeholders. Administradas centralizadamente por um responsável com formação na área e dedicado especificamente ao desempenho da função, têm como objetivos globais estabelecer e manter relações mutuamente benéficas – marcadas pela boa vontade e pela compreensão mútua –, defender e afirmar a reputação organizacional, influenciar a opinião e os comportamentos e promover a adaptação às mudanças e aos desafios de contexto político, económico, social, comunicacional (meios de comunicação de massas) e cultural. Tais propósitos são operacionalizados através de um processo sequencial que envolve atividades de pesquisa, a eleição de objetivos, a comunicação com públicos diferenciados, através de mensagens construídas no âmbito de uma abordagem sistematizada e planeada (estratégia<sup>23</sup> e táticas) e veiculadas por diferentes programas<sup>24</sup> e meios<sup>25</sup>, e a avaliação dos resultados obtidos.*

Partindo desta definição, e entendendo-a como representando a conceptualização moderna da atividade, referimo-nos às RP que não se apresentem sob tal prisma como ‘proto-RP’, sendo as práticas de RP que lhe correspondem designadas, para efeitos de diferenciação, de práticas de ‘tipo-RP’, significando práticas desenvolvidas em moldes similares aos correntemente atribuídos às RP.

Tal diferenciação revela-se essencial pois durante o período em análise, à semelhança do que sucedeu noutros países europeus (cf. Capítulo III), as práticas e atividades comunicacionais desenvolvidas pelas organizações, nomeadamente as empresariais, não foram necessariamente designadas pelo termo ‘Relações Públicas’, mas sim por termos

---

<sup>22</sup> As definições que veem as RP como uma função ética não contemplam as práticas de manipulação (Botan e Hazleton, 1989). Segundo Tench e Yeomans (2006), Fawkes (2007) e Morris e Goldsworthy (2008), tal resulta de excluírem a persuasão, que, segundo Miller (1989), mantém uma relação próxima com as RP pois “ambas visam principalmente exercer um controle simbólico sobre os aspetos relevantes do meio envolvente” (p. 45).

<sup>23</sup> Entendida na perspetiva dada por L’Etang (2009), isto é, “a aplicação articulada de um conceito federador ou abordagem a uma campanha, problema ou público antes da seleção de técnicas de comunicação específicas que terão o potencial de materializar (concretizar ou tornar real ou concreta) a estratégia” (p. 23).

<sup>24</sup> Grunig e Hunt (1984) definem tais programas pelo estabelecimento de relações com os órgãos de comunicação social, os empregados, a comunidade, o governo e os públicos ativos, pela implementação de relações educacionais e para a educação económica, e pelo recurso a campanhas públicas.

<sup>25</sup> Este termo não é consensual para designar os meios de comunicação utilizados nas práticas de RP, os quais alguns autores designam também de técnicas (Grunig e Hunt, 1984) ou de instrumentos (Canfield, 1988). Referindo-se aos meios, Jefkins (2000) englobou-os em 12 tipologias. Hallahan (2010a) propôs um modelo integrado dos meios de RP, agrupando-os em cinco categorias.

como ‘propaganda’<sup>26</sup>, encontrando-se enquadradas institucionalmente nos denominados serviços de propaganda, serviços de imprensa, serviços de publicidade ou serviços culturais. Suporta ainda tal opção a impossibilidade de verificarmos ou demonstrarmos que as organizações referenciadas estavam cientes do conceito de RP e das suas funções ou, sequer, do corpo teórico que lhe é atribuível. Ambos os factos invalidam, consequentemente, a utilização livre do termo ‘Relações Públicas’ até que o mesmo seja explicitamente utilizado pelas empresas e organizações estudadas.

O facto de considerarmos as práticas desenvolvidas sob o termo ‘propaganda’ como sendo ‘proto-RP’ e práticas do ‘tipo-RP’ não invalida a necessidade de distinguir as RP da Propaganda, mesmo se algumas definições de ambas as práticas são significativamente similares<sup>27</sup>. Nesse sentido, optámos pela distinção proposta por Morris e Goldsworthy (2008), que, embora reconhecendo que ambas partilham a persuasão e se confundem, não podendo sequer distinguir-se com base em pressupostos morais, apontaram a existência de três fatores diferenciadores. Segundo os autores, as RP:

1. Têm menos alavancas de influência para acionar.
2. Existem em condições em que muitas mensagens persuasivas concorrentes são comunicadas.
3. O praticante de relações públicas, ao contrário do propagandista, não tem poderes efetivos de censura ou qualquer controle duradouro sobre os media (p. 111).

Destes três fatores, valorizamos sobretudo o primeiro e o terceiro<sup>28</sup>. O primeiro necessita, aliás, de alguma explicação, prendendo-se com a influência mais vasta da Propaganda. Argumentam Morris e Goldsworthy (2008) que as suas práticas incluem “a educação, todas as formas de arte, a arquitetura, o design de interiores, a literatura, a música, o vestuário, a publicidade, os discursos, os rituais, as cerimónias, as paradas, o desporto...” (p. 109), isto

---

<sup>26</sup> Termo que se tornou especialmente pejorativo após a Segunda Guerra Mundial (Tench e Yeomans, 2006).

<sup>27</sup> Jowett e O’Donnell (1999) definiram a propaganda como a “tentativa deliberada e sistemática de moldar percepções, manipular cognições e induzir comportamentos para obter uma resposta que promova a intenção desejada pelo propagandista” (p. 6). Similarmente, Morris e Goldsworthy (2008) entendem as RP como “a persuasão planeada das pessoas para as levar a comportarem-se de forma adequada aos objetivos do seu [RP] patrocinador” (p. 102).

<sup>28</sup> Embora adotemos a diferenciação proposta por estes autores, é um facto que Morris e Goldsworthy (2008) a propuseram sob a premissa de que as RP “florescem e prosperam nas democracias e nos mercados livres” (p. 111), ideia que tem sido contestada e condiciona a diferenciação em causa. Tal premissa encontra-se, sobretudo, presente no segundo fator, pelo que não lhe atribuímos tanta importância. Quanto ao terceiro, embora ligado aos regimes totalitários, que conferem aos propagandistas o poder de censura sobre os media, mesmo sob um tal regime os praticantes de RP empresariais dificilmente dispõem desse poder – salvo quando as empresas sejam, eventualmente, detentoras dos OCS –, pelo que se mantém o seu propósito diferenciador.

é, “qualquer coisa e em qualquer lugar em que os sentidos humanos possam ser engajados de forma a permitir que as pessoas influenciem outras pessoas” (*Id., ibid.*). Nesse sentido, a Propaganda é tipificada, sobretudo, como uma atividade de âmbito político e estatal.

Embora em Portugal não se tenha utilizado o termo ‘publicity’, há indícios que apontam para que tal prática tenha sido desenvolvida a partir do século XIX<sup>29</sup>, tendo também feito parte das práticas de tipo-RP levadas a cabo pela APT durante o período em análise. Nesse enquadramento, é importante explicitar desde já o conceito e a atividade. Considerada um dos antecedentes das RP (Grunig e Hunt, 1984; Heath, 2005a; Hallahan, 2010b; Lyon, 2010), e confundindo-se mesmo com essa atividade<sup>30</sup>, a *publicity* “é uma função das relações públicas que envolve a disseminação deliberada de mensagens estratégicas através dos meios de comunicação de massas [...], sem pagamento aos media, para afirmar os interesses particulares dos clientes da publicity” (Lyon, 2010: 714). Como nota, porém, a autora, a “publicity é uma função crítica das relações públicas, mas não é sinónimo de relações públicas (*Id., ibid.*). Subjacente à diferenciação encontra-se o facto de a *publicity* não ser uma função de gestão, mas sim um instrumento das RP.

## 5. Desafios e reservas do estudo

A realização deste estudo apresentou vários desafios, tendo sido especialmente relevantes dois deles. Primeiro, as dificuldades inerentes a estudar um fenómeno que não tinha até à data sido abordado, não existindo, portanto, linhas de investigação passíveis de seguir. O facto de o objeto de estudo se situar num período histórico remoto colocou, por si só, o problema de destrinçar o fenómeno no âmbito de um contexto que foi preciso compreender nas suas múltiplas facetas, nomeadamente a nível político, económico, social, cultural, comunicacional e tecnológico.

Segundo, a complexidade de determinar os modelos de RP seguidos por uma empresa no período entre 1910 e 1948 e que cessou a atividade há 50 anos. Tal inviabilizou a realização de entrevistas aos participantes no processo, já falecidos, obrigando a uma demorada pesquisa de arquivo e a uma exaustiva análise documental. Os próprios modelos de RP, tal como definidos por Grunig e Hunt (1984), são não só difíceis de determinar na prática, como partilham algumas características, o que torna complexa a sua diferenciação.

---

<sup>29</sup> Durante o terceiro quartel do século XIX algumas empresas e organizações enviavam informação para os jornais (Miranda, 2005), fenómeno que carece de ser estudado sistematicamente.

<sup>30</sup> Hallahan (2010b) nota que Ivy Lee se referia à sua atividade como *publicity* e não como RP, cuja definição era “surpreendentemente similar às definições modernas das relações públicas” (p. 525). Assim, “a publicity acabou por absorver a *press-agentry* [...] e nos anos 1930 era usada de forma indiferenciada com os termos *press-agentry* e relações públicas” (*Id., ibid.*).

Atendendo à natureza científica deste estudo e para que o mesmo possa servir de base para posteriores pesquisas, importa, desde já, alertar para um conjunto de reservas e limitações que lhe imputamos.

Em primeiro lugar, e partindo do geral para o específico, estamos perante um trabalho sem dúvida ambicioso, porque desafiador do paradigma historiográfico vigente há cerca de 30 anos e porque pretendeu cobrir um período temporal alargado (1910-1948), assumindo uma evidente multidimensionalidade, tanto ao nível da problemática como dos conceitos abordados. Consequentemente, o resultado final pode padecer de alguma dispersão e extensão, disfuncionalidades que entendemos ser aceitáveis em função do objetivo de oferecer um panorama completo de uma realidade até agora desconhecida.

Em segundo lugar, reconhecemos-lhe uma eventual insuficiência de abrangência temporal. Com efeito, o período selecionado é suscetível de contestação pois há indícios, como notámos, de que as origens das práticas de tipo-RP possam remontar ao século XIX. Contudo, e como referido, pretendeu-se analisar o fenómeno no quadro de um estudo de caso e na continuidade de um trabalho anterior (Santos, 2003), não existindo dados suficientes para o caracterizar no período prévio. Tal não impediu que, sempre que suportadas por documentos, tenham sido feitas referências a esses antecedentes. Por outro lado, é no período em análise, que se encontram provas documentais de uma primeira introdução do conceito e termo de RP em Portugal e que se observa a publicação dos primeiros manuais dedicados à temática, pelo que preferimos este período específico.

A pesquisa que conduzimos é necessariamente limitada pois apesar do esforço de abrangência que lhe imprimimos não consegue contemplar toda a construção teórica em torno, por exemplo, dos modelos dedicados à comunicação nas organizações, nomeadamente os seguidos pela comunicação organizacional (Pereira, 2010) e os definidos por Hutton (1999). Nesse âmbito, encontra-se unicamente subordinada ao paradigma dominante das RP, consubstanciado nos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984). E mesmo no quadro do denominado paradigma Grunigiano (Gonçalves, 2010) fomos, por condicionalismos de tempo e de espaço, obrigados a excluir uma análise que contemplasse as visões de RP – um dos fatores que Grunig (1989) postulou como relevante na seleção dos modelos por parte das organizações –, as quais são suscetíveis de, em posteriores estudos, consolidar as conclusões que apresentamos. Ainda assim, fazemos ao longo do estudo algumas referências pontuais e meramente indicativas às visões de RP associáveis à APT. Finalmente, excluímos também uma parte importante do referido paradigma, materializada no *Estudo da Excelência* (Grunig, 1992a), muito concretamente, nas características das RP excelentes (Grunig, 1992b) e no denominado *Fator de Excelência* (Verčič, Grunig e Grunig, 1996).

O presente estudo é também parcial porque baseado num estudo de caso, não permitindo, necessariamente, uma extrapolação incondicional para a realidade global do universo empresarial do período em análise. Nesse sentido, tem de ser entendido como ponto de partida para posteriores pesquisas.

Finalmente, é preciso notar que se, como afirmam Tench e Yeomans (2006), “foi o surgimento do conceito de opinião pública que eventualmente formou a justificação científica para o uso das RP e das técnicas de comunicação” (p. 7), será necessário estudar a emergência de tal conceito em Portugal e o seu desenvolvimento ao longo do século XX. Manifestamente, não fizemos porque envolveria uma pesquisa incompatível com as limitações de espaço e de tempo. Ainda assim, concedemos uma importância elevada à opinião publicada nos OSC por diferentes agentes políticos, sociais e económicos que se referiram à APT, o que tipifica uma visão coletiva da opinião pública (Pieccka, 1996b).

## 6. Organização do estudo

A presente investigação segue as normas de formatação e de apresentação gráfica definidas pelo ISCTE/IUL, nomeadamente no que se refere às referências bibliográficas, e também a imposição de utilização do novo Acordo Ortográfico<sup>31</sup>.

Estruturalmente, está organizada em quatro partes e seis capítulos, procurando-se através de tal estruturação proporcionar uma leitura lógica e encadeada do fenómeno estudado, progredindo da sua problematização e enquadramento teórico para a observação empírica e, finalmente, para a proposição de uma explicação sustentada.

A primeira parte é relativa à estratégia de pesquisa e às opções metodológica, compreendendo apenas o Capítulo 1. Esta unidade tem como objeto as opções seguidas nesse âmbito em função da pergunta de partida e das hipóteses propostas para lhe dar uma resposta provisória, abordando as técnicas e instrumentos de pesquisa selecionados para as comprovar através do método científico.

A segunda parte é dedicada ao enquadramento teórico que enforma a dissertação, sendo constituída por dois capítulos. O Capítulo II define as bases teóricas dos modelos de RP propostos por Grunig e Hunt (1984). Acompanha o seu desenvolvimento e metamorfose – desde os modos/padrões sincrónico e diacrónico (Grunig, 1976) até aos modelos de RP (Grunig e Hunt, 1984) e às dimensões de RP (Grunig, 2001) –, evidenciando também o criticismo que os tem envolvido. O capítulo III aborda a história e a historiografia das RP, ocupando-se dos problemas e paradigmas dominantes, de um modelo de estratificação histórica, das correntes historiográficas identificáveis ao longo dos últimos cerca de 90 anos

---

<sup>31</sup> Mantivemos as ortografias anteriores (originais) apenas nos títulos de livros e de artigos de jornais.

e das lógicas de explicação histórica. Reconhecendo as especificidades atrás referidas, foca-se, distintamente, na história e historiografia das RP nos EUA e na Europa, procurando identificar características próprias a cada continente. Relativamente à Europa, mais relevante para o estudo de caso, apresenta-se também uma primeira abordagem histórica sistematizada e analítica ao desenvolvimento das RP empresariais nos Estados-membros da União Europeia, contemplando 23 países.

A terceira parte compreende as origens das RP em Portugal, apresentando um enfoque específico na prática empresarial. É constituída, unicamente, pelo capítulo IV, dedicado ao contexto envolvente em que o fenómeno se produziu e pelo qual terá sido potencialmente influenciado, procurando-se determinar pontos de mudança e realidades específicas que expliquem a sua ocorrência durante o período histórico em análise. Visa também explicitar a emergência do conceito de RP. Nos primeiros três subcapítulos traça-se o ambiente político, económico e social, o ambiente mediático e o ambiente comunicacional, englobando a publicidade, as RP e os fornecedores de serviços especializados. O quarto e último subcapítulo é dedicado aos primórdios das práticas de RP nas organizações empresariais, conferindo-se especial destaque aos CTT<sup>32</sup> por ser uma instituição intimamente ligada à APT e igualmente pioneira nas RP.

A quarta parte relaciona-se diretamente com o estudo de caso da APT, englobando dois capítulos distintos nos seus objetivos e estrutura. O Capítulo V tem por objeto o desenvolvimento histórico da APT em Portugal e o contexto específico que a levou à prática das RP, isolando-se oito condicionalismos endógenos e exógenos intimamente ligados à sua atividade. O Capítulo VI é especificamente dedicado ao fenómeno das RP na APT. Documenta e analisa quatro dimensões: 1) a organização, a terminologia e a conceptualização das RP; 2) a origem geográfica das práticas de RP que terão influenciado a APT; 3) as práticas de RP mantidas com os diferentes públicos e a sua tipificação em face dos modelos de RP propostos por Grunig e Hunt (1984); 4) o estudo diacrónico dos modelos de RP praticados pela APT ao longo do período em análise, efetuado com recurso à metodologia de análise de conteúdo.

Valorizando a importância da emergência das práticas de RP não empresariais, como elemento comparativo face ao objeto da investigação, colocámos em apêndice o estudo que conduzimos nesse âmbito. A sua não inclusão no corpo do trabalho prende-se não só com a divergência face aos objetivos a que nos propusemos, mas também com a preservação do equilíbrio que procurámos obter na extensão e no desenvolvimento dos diferentes capítulos, o que foi conseguido. Exclui-se da norma o capítulo VI, que, por ser dedicado ao estudo de

---

<sup>32</sup> Note-se que (cf. V.3.1.) os CTT não eram em rigor uma empresa, mas atuavam como tal.

caso e, em concreto, às práticas e aos modelos de RP, necessitou de maior aprofundamento, o qual não foi, contudo, excessivo.

Importa ainda referir que a confrontação da dimensão que imprimimos aos anexos com as limitações de espaço definidas pelas normas do ISCTE obrigou à criação de um anexo físico (que faz parte integrante desde documento) e de outro digital (cf. CD anexo).

Tal dimensão tem por base o carácter histórico da pesquisa e a necessidade, que sentimos, de divulgar documentos previamente desconhecidos, mas relevantes para a compreensão do fenómeno das RP em Portugal.

Assim, o anexo físico comporta apenas quadros e figuras essenciais. O restante material foi remetido para o referido anexo digital. Ali se encontram documentos como a capa da primeira edição nacional dedicada às RP, datada de 1916, as primeiras publireportagens de âmbito empresarial, diversas caricaturas que os periódicos humorísticos publicaram, nos anos 1920 e 1930, tendo como alvo empresas que viam como prestadoras de mau serviço ao público, assim como a relação dos artigos publicados no âmbito de algumas campanhas de protesto que a imprensa conduziu, também nos anos 1920 e 1930, contra empresas, empresários e até sectores de atividade económica. Quanto à APT, incluímos um relevante conjunto de documentos – nomeadamente o que pode ter sido um dos primeiros convites à imprensa editado em Portugal, emitido no final do século XIX, diversas edições na área das RP, anúncios e ainda ordens de serviço – e também quadros e figuras que adaptámos ou construímos de raiz no âmbito da presente pesquisa.

## **PARTE I**

### **METODOLOGIA**

## – CAPÍTULO I –

### ESTRATÉGIA DE PESQUISA E OPÇÕES METODOLÓGICAS

**O** conjunto de fenómenos que configura o objeto de estudo das RP pode ser abordado e analisado sob um conjunto de diferentes estratégias de pesquisa e de metodologias aplicáveis no quadro das Ciências Sociais. Neste capítulo, em particular, pretendemos evidenciar as opções que tomámos em face dos objetivos concretos da presente pesquisa, consubstanciados, genericamente, num contributo para o conhecimento das primeiras manifestações de RP empresariais no início do século XX (1910-1948), nomeadamente quanto aos modelos de RP (Grunig e Hunt, 1984) adotados pela APT.

#### I.1. HIPÓTESES

Tal como referido na Introdução, este estudo tem por base a seguinte questão de partida:

– Quando, como e por que razões emergiram e se desenvolveram em Portugal as RP empresariais, e que modelos de RP foram adotados pelas empresas que pioneiramente as praticaram?

Para responder à questão colocada, explicando provisoriamente o fenómeno em causa, considerámos um conjunto de cinco hipóteses, algumas delas intimamente relacionadas:

1. A prática empresarial das RP emergiu em Portugal no período compreendido entre 1910 e 1948;
2. O início da referida prática correspondeu a uma necessidade organizacional, correlacionando-se com as mudanças operadas na sequência da implantação da República, materializadas num novo contexto político, social e mediático. Esse novo contexto constituiu uma ameaça para as empresas – particularmente as que prestavam um serviço público – porque os diferentes *stakeholders* exerceram pressão crítica sobre as mesmas, colocando em risco a sua reputação, o desenvolvimento da atividade comercial e mesmo a existência ou, pelo menos, a

sua legitimidade enquanto agente económico. A prática das RP constituiu, assim, uma reação defensiva por parte das empresas mais visadas.

3. Na pressão crítica exercida sobre as empresas foi especialmente ativa a imprensa, que, com a reposição da liberdade de expressão na sequência da implantação da República, passou, nos anos 1910 e 1920, por um processo de mudança, consolidando as inovações e uma nova orientação editorial iniciadas na segunda metade do século XXI, esta última consubstanciada num maior enfoque no público e, no caso da imprensa republicana, também num radicalismo e num jornalismo de denúncia que visou algumas empresas;
4. Os conhecimentos teóricos de base para a prática das RP foram importados do estrangeiro pelas empresas de capitais estrangeiros ou com ligações e ramificações internacionais;
5. Os modelos de RP (variável dependente) adotados pelas empresas, tal como definidos por Grunig e Hunt (1984), foram influenciados pelo contexto político, social, económico e mediático (variável independente), tendo a sua prática progredido cronologicamente em função das mudanças registadas nesse âmbito.

Importa notar que a primeira hipótese está relacionada com trabalho de pesquisa desenvolvido previamente (Santos, 2003; 2016), o qual não teve, contudo, uma preocupação etiológica quanto ao objeto de estudo. Relativamente às origens das RP, a enunciação da segunda hipótese – alicerçada em questões de contexto – traduz uma lógica de explicação histórica de tipo funcionalista e uma abordagem económica (cf. III.1.2. e III.1.3.), sendo subsidiária do paradigma historiográfico dominante, que, como notámos, é de natureza estrutural-funcional (cf. Introdução). A terceira hipótese denota um processo de coevolução entre as RP e a imprensa. A quarta hipótese tende a reforçar o paradigma vigente das RP europeias como prática importada, embora não admita à partida que esse processo tenha necessariamente origem nos EUA. A quinta hipótese estabelece uma relação de causalidade entre o contexto e a prática dos modelos de RP, tal como definido por Grunig (2001), que construiu estes últimos a partir de três variáveis: ambiente macro, organizações e departamento de RP. Nesse sentido, uma mudança de fundo no contexto envolvente deverá traduzir numa alteração dos modelos de RP praticados pelas empresas.

## **I.2. ESTRATÉGIA DE PESQUISA**

Em função da pergunta de partida enunciada, das hipóteses colocadas e atendendo à especificidade do objeto de estudo, seguimos, genericamente, a estratégia dupla da análise histórica (Rowlinson, 2004), caracterizando um fenómeno já ocorrido temporalmente

(Stacks, 2011), e de um estudo de caso explanatório (Yin, 1994) e singular, consubstanciado, conforme referido, na empresa The Anglo Portuguese Telephone Co., Ltd. (APT).

Quanto à análise histórica, procurou-se através da mesma situar cronologicamente a introdução das RP em Portugal, tendo por base nove dimensões, as primeiras cinco entendidas como principais e as restantes quatro como secundárias: 1) utilização do termo 'Relações Públicas' ou de um termo similar/análogo; 2) conceptualização teórica das RP; 3) práticas de RP ou de tipo-RP tipificadas, nomeadamente, através de um plano ou programa com objetivos previamente delineados e executado mediante a definição de públicos-alvo, de estratégias e de meios para os atingir, e de mecanismos de avaliação da eficácia; 4) emergência dos primeiros profissionais de RP empresariais, entendidos como trabalhadores de uma empresa ou de uma agência de RP que se dedicam, como ocupação profissional, às tarefas de RP ou de tipo-RP; 5) institucionalização da função de RP através da criação de departamentos de RP ou de tipo-RP; 6) criação de agências de RP; 7) fundação de associações profissionais; 8) início do ensino superior na área das RP; 9) publicação dos primeiros livros sobre RP escritos por autores nacionais ou radicados em Portugal.

Para o desenvolvimento de tal análise, adotou-se uma abordagem teórica e modelar, seguindo as recomendações de L'Etang (2008), Bentele (2013), Watson (2013) e Hoy, Raaz e Wehmeier (2007), não deixando, todavia, de contemplar uma abordagem centrada em factos e eventos e na periodização<sup>33</sup>. A base para tal procedimento analítico e sistemático foram os modelos de RP de Grunig e Hunt (1984), constituindo-se como principal unidade de análise (Yin, 1994) no âmbito da estratégia de estudo de caso.

Definida por Stacks (2011) como o "*estudo aprofundado de pessoas, organizações, eventos ou mesmo processos*"<sup>34</sup> (p. 157), a referida estratégia tem sido crescentemente utilizada (Yin, 1994) e vista como "rigorosa por direito próprio" (Hartley, 2004: 323), adequando-se à investigação em ciências sociais, nomeadamente na área das RP, e muito particularmente à presente pesquisa.

De facto, além dos estudos de caso poderem "ser úteis para explorar processos ou comportamentos novos ou emergentes" (Hartley, 2004: 325), são, como notou Yin (1994), "a estratégia preferencial quando se colocam questões de 'como' ou 'porquê'" (p. 1), suportando objetivos de âmbito explicativo como aqueles a que nos propusemos. A esse propósito, refere ainda Yin (1994) que "tais questões prendem-se com ligações operacionais que precisam de ser rastreadas ao longo do tempo, em vez de meras frequências ou

---

<sup>33</sup> Para cuja operacionalização Rowlinson (2004) aponta "a identificação de momentos adequados para iniciar e parar a narrativa, bem como de pontos de viragem significativos na mesma" (p. 307). Segundo este autor, "a periodização enfatiza a singularidade dos eventos históricos" (*Id.*, p. 309).

<sup>34</sup> Itálico original de Stacks (2011).

incidências” (p. 6). Acresce, como refere Hartley (2004), que o objetivo do estudo de caso “é fornecer uma análise do contexto e dos processos que iluminam as questões teóricas em estudo” (p. 323). Consequentemente, “o fenómeno não é isolado do seu contexto (como, por exemplo, na pesquisa em laboratório), mas tem interesse precisamente porque o objetivo é entender como o comportamento e/ou os processos são influenciados pelo contexto e influenciam o contexto” (*Id., ibid.*). Também Yin (1994) notara a importância do contexto ao afirmar que se deve recorrer ao estudo de caso quando se pretende, deliberadamente, “abarcando condições contextuais por se acreditar que podem ser altamente pertinentes” (p. 13) para o fenómeno em estudo. É precisamente esse o âmbito do presente estudo, que visa, como referido, situar a emergência das RP empresariais em função de um dado contexto histórico e determinar a aplicação e a progressão dos modelos de RP face à ocorrência de mudanças ocorridas no mesmo.

A um nível mais micro, tal estratégia de pesquisa permite, como sustenta Stacks (2011), “um entendimento rico, detalhado e completo do caso em estudo” (p. 157), o que se revela importante para o conhecimento global do fenómeno. Por outro lado, “o estudo de caso é também uma técnica útil quando a pesquisa incide num comportamento organizacional informal, incomum, secreto ou mesmo ilícito” (Hartley, 2004: 325), sendo certo que as práticas de tipo-RP desenvolvidas pela APT durante o período em análise eram não só incomuns, como secretas – porque não clarificadas, pelo menos até aos anos 1930 – e até ilícitas, no sentido moral, por incluírem alguma forma de tráfico de influências junto da imprensa e do Governos (cf. caps. V e VI).

A nível internacional, os “estudos de caso detalhados podem ser essenciais na pesquisa comparativa transnacional, quando o entendimento íntimo do que os conceitos significam para as pessoas, os significados associados a comportamentos específicos, e de como os comportamentos estão vinculados, é essencial” (Hartley, 2004: 325).

Em suma, como notaram Eiró-Gomes e Duarte (2008), os “estudos de caso são [...] uma maneira interessante de ilustrar exemplos das RP em ação e podem servir como modelos esquemáticos [...], ligando a teoria à prática” (p. 239).

Note-se que a opção por um estudo de caso singular, realizada no quadro metodológico definido por Hartley (2004), revelou-se a única viável atendendo ao tempo disponível para efetuar a pesquisa, mas também porque a investigação prévia (Santos, 2003) revelara a proeminência da APT como precursora das RP empresariais em Portugal.

Sendo necessário definir fronteiras temporais claras para o início e para o fim do estudo de caso (Yin, 1994) – nomeadamente porque o contexto histórico se constitui, conforme referido, como variável independente –, balizámos o período em análise entre os anos 1910 e 1948.

A montante, o início em 1910 prende-se com o facto de ter principiado nesse ano um novo sistema político, a República, o que permite perceber o eventual impacto desse contexto histórico no surgimento das RP empresariais e nos modelos de RP praticados pela APT. Tal opção é reforçada pelo facto de um estudo anterior (Santos, 2003) ter evidenciado que foi na década de 1910 que primeiramente chegou a Portugal o conceito e o termo de RP (Gomes, 1916) – critérios apontados por autores como Bini, Fasce e Falconi (2011) e Nessman (2000) para situar o início das RP – e que a APT iniciou as práticas de tipo-RP.

A jusante, o término em 1948 deve-se ao facto de terem sido publicados nesse ano os primeiros manuais sobre RP conhecidos em Portugal (APT, 1948; Portugal, 1948), o que evidencia tratar-se de um ponto de culminação de um processo iniciado cerca de 30 anos antes. Politicamente, assistiu-se também a mudanças significativas. Tendo enfrentado a partir de 1941 o recrudescimento da agitação operária e social, o Estado Novo viu-se ameaçado pela conjuntura política externa, marcada pela derrota das forças do Eixo na Segunda Guerra Mundial, e interna. Neste último âmbito, assistiu-se à reorganização da oposição política em torno do Movimento de Unidade Nacional Antifascista (MUNAF), do Movimento de Unidade Democrática (MUD), da União Socialista (US) e da candidatura de Norton de Matos à presidência da República, enquanto grupos de oficiais milicianos, como o encabeçado por Mendes Cabeçadas, visaram, em 1947, com o conhecimento do presidente da República, a criação de uma Junta Militar de Libertação Nacional. Foi nesse contexto, que o Governo de Salazar se reforçou politicamente entre abril de 1947 e abril de 1949 (Rosas, 1994e). A nível internacional, o ano de 1948 é também significativo na afirmação das RP, marcando passos importantes para a sua profissionalização e legitimação. Com efeito, fundou-se nessa data, em Londres, o Institute for Public Relations (IPR), instituição a que Machado (1968) atribuiu a institucionalização das RP na Europa. Um ano depois, em 1949, deram-se os primeiros passos em direção à constituição de uma primeira associação transnacional, o que veio a concretizar-se em 1955, com o estabelecimento da International Public Relations Association (IPRA).

No cômputo global, o período em análise (1910-1948) permite abarcar três sistemas políticos: Primeira República (1910-1925), ditadura militar (1926-1933) e Estado Novo (a partir de 1933).

Tal enriquece a leitura do contexto histórico como variável independente, tanto mais que a Primeira República, por um lado, e a Ditadura Militar e o Estado Novo, por outro, tiveram estratégias de relação distintas com a comunicação social, atividade que considerámos fundamental para a emergência das RP durante o período em análise.

Assim, onde o primeiro sistema restaurou a liberdade de imprensa, coartada apenas durante a Primeira Guerra Mundial, os seguintes impuseram a censura e a repressão editorial.

### I.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE PESQUISA

A seleção das técnicas e dos instrumentos de pesquisa foi condicionada e determinada pelo facto de o objeto de estudo se situar num período cronologicamente remoto (1910-1948), não existindo participantes ou testemunhas vivas.

Com efeito, os diferentes atores envolvidos, direta ou indiretamente – como promotores ou como alvos comunicacionais – nas práticas de RP e de tipo-RP desenvolvidas pela APT durante o período em análise já faleceram – conforme é possível documentar nos casos dos administradores, dos diretores e de outros quadros dirigentes da companhia – ou encontram-se em paradeiro praticamente indeterminável, tal como sucede relativamente aos demais públicos considerados neste âmbito.

Ficou, assim, impossibilitado o recurso a entrevistas pessoais e ao procedimento de questionário, conforme realizado por Grunig (1984) para o estudo da prática dos modelos de RP que propôs juntamente com Todd Hunt (Grunig e Hunt, 1984).

Como forma de maximizar a recolha de dados e de tornar o modelo de análise mais robusto e confiável, optámos por usar diversas técnicas e instrumentos de pesquisa (Yin, 1994).

#### 1.3.1. Entrevistas a informadores-chave

A realização deste estudo teve como suporte a realização de entrevistas informais com informadores-chave.

Pretendeu-se dessa forma completar as pistas sugeridas pela pesquisa bibliográfica e a análise documental. Muito particularmente, visou-se obter informação bibliográfica e de contexto sobre duas personalidades que a pesquisa documental e bibliográfica revelou estarem intimamente ligadas aos primórdios das RP em Portugal (cf. Capítulos IV e VI), mas que tinham ambas falecido nos anos 1960, e também sobre um diretor da APT.

Para o efeito, foram contactados o Professor Doutor José-Augusto França, cujo testemunho foi importante na contextualização da vida e obra do Professor Mário d’Azevedo Gomes<sup>35</sup> (1885-1965), Augusto Mayer (1926-2012), que providenciou informação bibliográfica sobre Armando Ferreira (1893-1968), e Duarte Mendonça, sobrinho de Raúl Beires Valle, que nos anos 1930 foi diretor do serviço de Informações da APT (Valle, 1937).

---

<sup>35</sup> Para conhecer melhor esta personalidade, tentámos o contacto com o Dr. Mário Soares, que, como é público, privou com Mário d’Azevedo, nomeadamente no âmbito do Movimento de Unidade Democrática (MUD). Apesar de agendado, tal contacto revelou-se, porém, impossível devido à progressiva deterioração do seu estado de saúde.

### I.3.2. Contacto com investigadores estrangeiros

O presente trabalho envolveu o contacto com diversos investigadores estrangeiros de renome internacional, junto dos quais obtivemos, por e-mail, informação essencial para o desenvolver com o aprofundamento e a originalidade que pretendemos imprimir-lhe.

Ao nível do quadro teórico dos modelos de RP (Cap. II) recorreremos ao Professor Doutor James E. Grunig, que nos disponibilizou diversos artigos científicos da sua autoria, os quais se revelaram cruciais para uma aprofundada compreensão e caracterização dos modelos de RP por si desenvolvidos a partir dos anos 1970.

No âmbito da historiografia das RP, muito particularmente a referente aos diferentes países da União Europeia (EU), contactámos, num processo demorado, 21 investigadores e autores europeus e norte-americanos<sup>36</sup>. Pretendeu-se, assim, colmatar as lacunas encontradas na bibliografia disponível e desenvolver uma até agora inexistente visão de conjunto dos primórdios das RP na EU (Cap. III).

Para a determinação de eventuais ligações da APT com profissionais de RP do Reino Unido (Cap. VI), contactaram-se a Professora Doutora Jacque L'Etang e também Richard Evans, autor da biografia de Basil Clarke (Evans, 2013).

### I.3.3. Pesquisa bibliográfica e análise documental

O trabalho de investigação realizado implicou uma extensa pesquisa e análise bibliográfica e documental primária dado que a temática em questão – as primeiras manifestações de Relações Públicas empresariais no Portugal do início do século XX (1910-1948) e os modelos de RP no caso APT – nunca tinha sido anteriormente alvo de um estudo analítico<sup>37</sup>, não existindo, portanto, quaisquer referências prévias a fontes. Tal explica, aliás, a amplitude das referências bibliográficas geradas pelo presente estudo.

A pesquisa bibliográfica, no que se refere ao enquadramento teórico sobre a história e a historiografia das RP a nível nacional e internacional e aos modelos de RP, foi alimentada, desde logo, pelo input recebido da orientadora da tese – Professora Doutora Sandra Pereira – e da coorientadora – Professora Doutora Maria Inácia Rezola –, mas também pelo contacto com investigadores estrangeiros, muito particularmente Mike Meissner (Universidade de Friburgo) e Brendan Maartens (Universidade de Middlesex).

---

<sup>36</sup> (Cf. Agradecimentos): Ana Tkalac Verčič, Anastasios Theofilou, Anne-Marie Cotton, Astrid Spatzier, Baldwin Van Gorp, Betteke van Ruler, Bruno Chaudet, Carmel Bonello, Dejan Verčič, Denisa Hejlová, Elina Melgin, Francis Xavier Carty, Günter Bentele, Gyorgy Szondi, Jaakko Lehtonen, Jacque L'Etang, Kaja Tampere, Karen Miller Russel, Minka Zlateva, Natalia Rodríguez Salcedo, Tom Watson e Toni Muzi Falconi.

<sup>37</sup> Santos (2003) fez, como referido, uma análise baseada, essencialmente, em factos e eventos.

Contribuíram também para a mesma as pesquisas efetuadas em bases de dados nacionais generalistas (Porbase), especializadas (BLX, Hemeroteca Digital) e académicas (B-on e Repositório Científico do IPL), em bases de dados de periódicos científicos no domínio das RP<sup>38</sup> (*Public Relations Review* e *Journal of Public Relations Research*), na World Wide Web e a consulta presencial ou online dos catálogos da Biblioteca da Fundação Portuguesa das Comunicações, Fundação Mário Soares e British Library, em Londres, à qual nos deslocámos por duas vezes.

A participação em conferências, seminários, colóquios e palestras foi igualmente importante para o enriquecimento bibliográfico. Nesse âmbito, assistimos à conferência Doutoral em Ciências da Comunicação proferida por Jordi Xifra, sob o tema *Últimas Tendencias de la Investigación en Relaciones Públicas*, realizada no ISCTE-IUL, em março de 2015, e à International History of Public Relations Conference (IHPRC), realizada em julho de 2015 na Bournemouth University (Inglaterra).

Esta última permitiu o contacto direto com diversos historiadores das RP e, sobretudo, obter os seus importantes comentários à apresentação que ali fizemos sob o título *Roots of Public Relations in Portugal: Changing an Old Paradigm*, lançando bases para o estabelecimento de pontes comparativas da realidade nacional com a observável, no mesmo período, em diferentes países europeus, nomeadamente a Inglaterra e a Alemanha. O referido *paper* foi um dos selecionados pela comissão organizadora da IHPRC para integrar um dossier especial sobre história das RP incluído anualmente na *Public Relations Review*, tendo sido publicado, com o mesmo título, na edição de dezembro de 2016 (Santos, 2016). Do processo de submissão do artigo à revisão pelos pares resultou o acesso a informação relevante no que se refere, muito especificamente, à compreensão do fenómeno da importação do conceito de RP, dos EUA para Portugal, ocorrida nos anos 1910 (cf. Capítulo IV), e à aplicação do exemplo das práticas de RP norte-americanas no contexto português (cf. Apêndice).

Quanto à pesquisa documental, focada na história das RP em Portugal, muito especialmente na APT, implicou o recurso a diversos arquivos, tendo sido central o Arquivo Histórico da Fundação Portuguesa das Comunicações (AHFPC), no qual se encontram depositados os fundos da APT e dos CTT e também o da Companhia Portuguesa Rádio Marconi. Devido a manifestas impossibilidades logísticas e de tempo, não foi possível o acesso ao acervo documental da APT preservado no The National Archives, o arquivo oficial do Governo do Reino Unido, localizado em Kew (Londres). Consultámos, ainda assim, o

---

<sup>38</sup> Foram pesquisados os termos ‘Public Relations models’, ‘Communication models’, ‘Public Relations history’ e ‘Public Relations Historiography’.

catálogo online Discovery, através do qual identificámos a existência de 11 processos relativos à Companhia.

Foi igualmente central o Arquivo Nacional da Torre do Tombo (ANTT), ao qual recorreremos para caracterizar as relações da APT com o Governo português, com a Administração Geral dos Correios e Telégrafos<sup>39</sup> (AGCT) e a Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones<sup>40</sup> (AGCTT), e com os sindicatos, e também para encontrar documentos que tipificassem práticas de RP ou do tipo-RP desenvolvidas pela APT ou por outras empresas e instituições. Consultámos para o efeito os fundos da Empresa Pública do Jornal *O Século* (EPJS), da Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministros, e do Secretariado Nacional de Informação (SNI), e o Arquivo Oliveira Salazar (AOS).

Consultaram-se ainda o Arquivo das Companhias Reunidas de Gás e Eletricidade (CRGE), integrado no Centro de Documentação da Fundação EDP, o Arquivo Histórico Parlamentar (AHP), do qual extraímos informação sobre a pressão política exercida sobre a APT (cf. Cap. V), e o Arquivo Histórico do Ministério dos Negócios Estrangeiros (AHMNE).

A identificação das organizações a que se podem atribuir, em Portugal, as primeiras práticas e atividades organizacionais de tipo-RP foi efetuada em três fases. Inicialmente, através de pesquisa realizada, para o efeito, nos catálogos digitais da Biblioteca Nacional de Portugal (BNP), do ANTT e da Hemeroteca Municipal de Lisboa – aos quais foram submetidos os termos ‘Relações Públicas’, ‘Relações com o Público’, ‘Propaganda’ e ‘Publicidade’ – e mediante a consulta dos relatórios e contas empresariais existentes na coleção da BNP e referenciáveis ao período em análise. Numa segunda fase, recorreu-se aos arquivos da AHFPC, ao Centro de Documentação da Fundação EDP e também ao AHMNE. A terceira fase consistiu na leitura sistematizada de um conjunto de periódicos publicados durante o período em análise, nos quais se procuraram referências a práticas de tipo-RP<sup>41</sup>.

Seguindo, ainda que parcialmente, a tipificação definida por Cutlip *et al.* (1999) quanto aos ambientes organizacionais em que as RP são tipicamente desenvolvidas<sup>42</sup>, englobámos

---

<sup>39</sup> Existente entre 1911 e 1937.

<sup>40</sup> Existente entre 1937 e 1970.

<sup>41</sup> Incluímos dois jornais diários – *A Capital* (1910-1938) e *Diário de Lisboa* (1921-1948) – e duas revistas – *Ilustração Portuguesa* (1910-1948) e *O Século Ilustrado* (1938-1948), periódicos não só relevantes no período (Lemos, 2006), mas que se encontravam, no caso dos três primeiros, disponíveis online para consulta.

<sup>42</sup> Cutlip *et al.* (1999) caracterizaram a presença das RP em sete ambientes organizacionais, incluindo as instituições militares. Atendendo a que a introdução neste estudo de todos os ambientes em causa iria muito além dos objetivos e das dimensões razoáveis, optámos por excluí-las. Reconhecemos, porém, que durante o período em análise se registaram – tal como documentado por Novais (2013) – práticas primordiais do tipo-RP na esfera militar, nomeadamente através da Secção Fotográfica e Cinematográfica do Exército (SFCE), criada

em três tipologias as organizações identificadas mediante tal metodologia: (1) organizações sem fins lucrativos e não governamentais; (2) organizações governamentais e políticas; (3) organizações empresariais. Atendendo aos condicionalismos de espaço e de tempo, e também à extensa bibliografia e produção documental envolvidas, a investigação realizada no âmbito de cada tipologia não foi exaustiva, tendo as práticas de RP desenvolvidas no quadro das duas primeiras tipologias sido remetidas para um Apêndice por se encontrarem fora do escopo principal do presente estudo, servindo, no entanto, de termo de comparação com as práticas de tipo-RP em ambiente empresarial.

Assim, ao nível das organizações sem fins lucrativos e não governamentais identificámos apenas uma organização – a Sociedade Propaganda de Portugal (SPP) –, não sendo de excluir a existência de outras.

Quanto às organizações governamentais e políticas, focámos a atenção nos ministérios do Fomento, dos Negócios Estrangeiros, da Agricultura, e do Interior, na Presidência do Conselho – documentando o papel do Secretariado da Propaganda Nacional e do Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação – e nos partidos políticos – mediante a União Nacional (UN) –, seleção ditada, em grande parte, pela existência e acessibilidade de documentação arquivística e bibliográfica. Embora tenhamos excluído a administração local, pudemos constatar que a Câmara de Municipal de Lisboa, por exemplo, desenvolvia nos anos 1940 práticas de tipo RP, possuindo, pelo menos a partir de 1947, um departamento de Propaganda e Turismo, chefiado por João Monteiro de Macedo<sup>43</sup>. Incluímos ainda as organizações estrangeiras de âmbito governamental que operaram em Portugal durante o período em análise, englobando o Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa e as Legações e Embaixadas acreditadas em Portugal.

No que às empresas se refere, procurámos ser mais abrangentes, atendendo a ser esse o âmbito da presente tese.

Em termos de abordagem histórica, optámos por estabelecer uma panorâmica global, seguindo, sempre que possível, a ordem cronológica do início da prática de tipo-RP em cada uma das três tipologias atrás referidas<sup>44</sup>. Tal perspetiva, ainda que relativamente breve, permitirá, nas conclusões desta pesquisa, contextualizar num quadro mais abrangente e extra empresarial os primórdios e a progressão das práticas de RP empresariais na APT. Pretendemos, assim, objetivar também melhor a potencial importância da APT no estabelecimento e no desenvolvimento das RP em Portugal.

---

em 1917 e dirigida por Desidério Beça (1866-1920) com a colaboração de Carlos Nogueira Ferrão (1871-1938).

<sup>43</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3946 – documento 269, de 31/10/1947.

<sup>44</sup> Note-se, porém, que dado que a documentação sobre as práticas de tipo-RP desenvolvidas pelas diferentes organizações consideradas é de extensão diversa, desenvolvemos diferenciadamente cada uma delas.

Relativamente ao estudo de caso da APT, o corpus documental que serviu de base à análise encontra-se sintetizado no Anexo A, englobando 12 tipologias de documentos: 1) recortes de imprensa sobre a APT; 2) documentos internos da APT ou relativos à sua atividade; 3) boletins informativos; 4) manuais da APT destinados aos empregados; 5) edições da APT relativas à sua relação com o Estado português; 6) história da APT/institucional; 7) anúncios de publicidade veiculada pela APT; 8) edições dos CTT; 9) artigos de Imprensa empresarial sobre as RP na APT; 10) Documentos do Sindicato Nacional dos Telefonistas e Ofícios Correlativos do Distrito de Lisboa (SNTOCDL); 11) revisão das tarifas da APT; 12) contestação parlamentar à APT.

Todos os documentos inscritos nas 12 tipologias foram objeto de análise histórica e alguns também de análise estatística e de conteúdo, visando esta última determinar os modelos de RP seguidos pela APT. Relativamente aos documentos inscritos nessas duas últimas metodologias, impõe-se alguma explanação quanto aos procedimentos seguidos.

Os dois livros de recortes de imprensa<sup>45</sup> foram produzidos pela própria APT, entre 1914 e 1928, englobando, no total, 1583 peças, das quais 28,74% foram publicadas entre 1914 e 1919 e 68,67% entre 1920 e 1928 (Anexo B). Originárias de 70 periódicos (Anexo C), com predominância para *O Século* (31,28%<sup>46</sup>) e o *Diário de Notícias* (26,09%), as peças incluem, em termos de tipologia, notícias (90,33% do universo), cartoons, folhetins, fotografias, informações extraídas de relatórios e contas de terceiros, anúncios e folhetos, e peças repetidas (Anexo D).

Partindo deste universo, e tendo em conta os objetivos do presente estudo, não validámos um significativo conjunto de peças: anúncios (da APT e de terceiros), fotografias, cartoons, folhetos, textos extraídos de relatórios e contas de associações comerciais ou de outras instituições alheias à APT, notícias de jornais estrangeiros sem qualquer relação com a APT, notícias de jornais nacionais sem qualquer referência à APT, notícias em que a APT fosse sujeito meramente passivo/circunstancial<sup>47</sup>, notícias sobre óbitos de administradores, diretores e outros empregados da APT ou seus familiares, e notícias que comportam meras listagens, não apresentando qualquer conteúdo jornalístico<sup>48</sup>.

Os recortes de imprensa validados ficaram, assim, reduzidos a 1221 peças (Anexo E), provenientes, maioritariamente, de jornais de tendência republicana (60,69%) e de informação geral (24,65%), e de periodicidade diária (94,68%). As referidas peças foram

---

<sup>45</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 1 (1914-1922); *Id.*, Vol. 2 (1923-1928).

<sup>46</sup> Inclui as notícias publicadas por a edição da noite de *O Século* (1914 -1923).

<sup>47</sup> Constituem exemplo as notícias sobre roubos de fios telefónicos ou relativas a acidentes com automóveis da APT. Considerámos, todavia, os casos em que os furtos foram atribuídos a empregados da APT pois tal é suscetível de prejudicar a reputação da Companhia.

<sup>48</sup> Ex. °: listas dos subscritores de campanhas realizadas pela imprensa a favor das telefonistas da APT.

publicadas por 67 periódicos (Anexo F) – representando *O Século* (30,22%<sup>49</sup>) e o *Diário de Notícias* (22,28%) cerca de 50% do total –, sendo a esmagadora maioria (95,09%) não assinadas (Anexo G).

A análise das notícias e o seu tratamento estatístico, em regime de censo, obrigou à catalogação dos jornais em causa, determinando-se o ano de publicação, a tendência editorial, o local de edição e a periodicidade<sup>50</sup> (Anexo H). A realização desse exaustivo e moroso procedimento diferenciador – efetuado com base em Lemos (2006) e Sá e Rego (2011), tendo as dúvidas e omissões sido colmatadas pela consulta do catálogo online e físico da BNP – tornou-se, desde logo, necessária por existirem no período coberto pelos recortes diversos jornais com o mesmo título, ainda que tivessem tendências editoriais distintas. Assim sucedeu, por exemplo, nos casos de *O Jornal*<sup>51</sup>, *A Situação*<sup>52</sup> e *A Voz Pública*<sup>53</sup>. A ausência de um tal procedimento teria enviesado, muito particularmente, a análise das notícias sobre a APT com base na tendência editorial de cada periódico. Ainda no âmbito do tratamento estatístico das notícias validadas, refira-se que apesar de a imprensa Republicana representar cerca de 60% do total, o que contrasta, por exemplo, com os apenas cerca de 25% da imprensa de informação geral, optámos por não efetuar um cálculo ponderado.

Neste estudo, utilizámos os recortes de imprensa para alcançar três objetivos: 1) determinar a existência de pressão crítica da imprensa e demais públicos sobre a APT, procurando assim validar as hipóteses #2 e #3; 2) aferir as relações da APT com variados públicos, muito particularmente a própria imprensa; 3) observar quais os modelos de RP adotados pela APT.

Para concretizar o primeiro objetivo, cruzaram-se a frequência e a percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras referentes à APT com um conjunto de cinco variáveis: 1) ano de publicação das notícias; 2) tendência editorial dos periódicos; 3) periódicos; 4) temáticas abordadas em cada notícia; 5) fontes de informação. A quantificação da frequência e percentagem de notícias consonante o seu tom face à APT<sup>54</sup> – classificado como favorável, desfavorável ou neutra – foi efetuada com base na metodologia de Michaelson e Griffin (2005) e de Stacks e Michaelson (2010), utilizando-se, para o efeito,

---

<sup>49</sup> Inclui as notícias publicadas por a edição da noite de *O Século* (1914 -1923).

<sup>50</sup> Os livros da APT mencionam apenas o título do jornal e a data (nem sempre correta, o que obrigou a algumas correções com base no original das notícias) em que foi publicada cada notícia recortada.

<sup>51</sup> Entre 1915 e 1921, publicaram-se três jornais com o mesmo título, ainda que em datas não sobrepostas, sendo um de tendência monárquica (1915) e dois republicanos (1919 e 1921).

<sup>52</sup> Existiram dois jornais com o mesmo título, um publicado entre 1918 e 1919 e outro entre 1927 e 1928.

<sup>53</sup> Existiram dois jornais com o mesmo título, um publicado entre 1918 e 1919 e outro entre 1924 e 1927.

<sup>54</sup> Pretendeu-se tipificar não o impacto da notícia para a APT, mas sim o tom adotado pelo jornal, a sua posição face aos factos noticiados e a atitude para com a Companhia.

um conjunto pré-definido de critérios de aplicação exclusiva, isto é, não permitindo que cada notícia pertencesse a mais de uma tipologia (Anexo I). Os dados quantitativos do procedimento encontram-se expostos no documento eletrónico de Excel que apresentamos em anexo sob o título 'Análise de recortes de imprensa sobre a APT'

Quanto à primeira variável, o cruzamento com o ano de publicação permite avaliar a progressão temporal do fenómeno. Pode, assim, determinar-se não só o aumento ou a diminuição da publicação de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras, mas também cruzar a informação com dados de contexto relativos aos anos ou conjuntos de anos que se revelem especialmente importantes.

A segunda variável permite determinar se existiu no período em análise um tipo de imprensa que tenha sido mais desfavorável à APT, pressionando-a a defender-se através das práticas de tipo-RP. A classificação dos jornais segundo a tendência foi efetuada com base em Lemos (2006) e Sá e Rego (2011), chegando-se a seis tipologias: a) republicana; b) monárquica; c) sindicalista; d) informação geral; e) outros; f) não disponível<sup>55</sup> (Anexo H).

A terceira variável permite focar especificamente a questão anterior, ilustrando a eventual existência de jornais que tenham, preponderantemente, publicado notícias desfavoráveis sobre a APT. Procurou-se determinar, assim, se a pressão mediática exercida sobre a APT era genérica ou circunscrita a jornais específicos e, neste caso, a que jornais.

A quarta variável revela que temáticas relativas à APT geraram mais notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras, o que fornece uma informação mais detalhada face ao todo da Companhia. A categorização noticiosa partiu de uma leitura exploratória das notícias publicadas no referido período. Tal processo permitiu identificar as grandes questões de fundo, tendo servido de base à construção de uma grelha contendo sete tipologias noticiosas dominantes (Anexo J). Optou-se por uma quantificação exclusiva, isto é, em que cada notícia foi classificada numa só tipologia dominante<sup>56</sup>.

A quinta e última variável permite identificar que públicos foram, durante o período em análise, mais críticos para com a APT. Para a categorização das fontes de informação (Anexo K), adaptámos a classificação de Traquina *et. al* (2001), acrescentando-lhe, em função do estudo de caso, quatro fontes: APT; funcionários da APT; próprio jornal; várias. Sempre que as fontes não surgiram claramente identificadas em cada artigo, classificámo-las na tipologia adequada em função das entidades a cuja notícia se referia.

---

<sup>55</sup> Tipologia na qual se enquadraram os jornais que adotaram diferentes tendências editoriais, não sendo possível encontrar uma dominante.

<sup>56</sup> Pela leitura de cada recorte, envolvendo o título e o corpo da notícia, determinou-se o tema dominante, isto é, aquele que de facto estava em foco. A distribuição de cada notícia por diferentes tipologias, ainda que possível, teria envolvido um tempo de análise incomportável com o disponível para a dissertação.

Ainda no âmbito dos recortes de imprensa, existe no espólio da APT uma coleção de notícias publicadas no quadro de uma campanha que o *Diário da Noite* conduziu em 1932 contra a APT (cf. V.2.6.). Dada a especificidade desses recortes, que, ao contrário dos anteriormente referidos, não se pautam pela abrangência temática nem cronológica, optámos por utilizá-los apenas a nível documental e estatístico, e não na análise de conteúdo.

As ordens de serviço<sup>57</sup> (OS) emitidas pela APT e disponíveis no AHFPC abrangem um período iniciado em 1911 e que se prolongou até ao encerramento da atividade da Companhia em Portugal. Atendendo à limitação cronológica do presente estudo, focámo-nos na linha temporal compreendida entre 1911 e 1948, o que abrangeu dois livros de OS, o primeiro contendo documentos produzidos entre 1911 e 1927<sup>58</sup> e o segundo entre 1920 e 1949<sup>59</sup>. Do universo de 785 OS identificadas<sup>60</sup>, validámos, após exclusão de repetições – advindas, principalmente, da sobreposição parcial de anos verificada nos dois livros –, um total de 780 unidades (Anexos L e M). A maior parte dessas OS encontram-se concentradas nos anos 1911 (18,7%) e 1912 (14,1%), e 1934 (6,5%) e 1935 (4,7%). A distribuição pelos demais anos apresenta-se mais equilibrada, variando entre 1% e 3% (Anexo N).

As duas publicações de imprensa empresarial editadas pela APT durante o período em análise foram sujeitas a análise de conteúdo e serviram também para ilustrar os capítulos V e VI. Referimo-nos a *O Telefone*, do qual foi publicado um número único dedicado ao passeio que a APT promoveu, em 1934, à Figueira da Foz, e a *Telefones*, boletim mensal editado entre janeiro de 1937 e dezembro de 1938.

Entre 1934 e 1948, o conceito e as práticas de RP adotadas pela APT foram partilhadas com os empregados da Companhia – através dos manuais *Relações com o Público (A Companhia, seu contracto e tarifas)*, publicado em 1934, e *Relações com o Público*, publicado em 1948 – e com a AGCTT e seus empregados, neste caso através do manual *Alguns Aspetos das Relações com o Público*, publicado em 1948 pelos CTT. Essas três edições foram objeto de análise documental e também de conteúdo.

A APT foi durante o período em análise objeto de 34 intervenções parlamentares ocorridas no Senado da República (1911-1926), na Câmara dos Deputados (1911-1926) e na Assembleia Nacional (1935-1974). A informação obtida através do catálogo online da

---

<sup>57</sup> Documentos escritos que, sob tal designação ou a de *Service Orders*, visavam comunicar normas e procedimentos da APT a organismos da Companhia e a funcionários ou a categorias de funcionários específicas.

<sup>58</sup> AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço (1911-1927).

<sup>59</sup> AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949).

<sup>60</sup> Cf. documento eletrónico de Excel que apresentamos em anexo sob o título ‘Análise de OS da APT’. Não considerámos neste total os aditamentos às OS que não possuíam numeração própria.

Assembleia da República – mediante a submissão das palavras ‘telefones’, ‘Companhia dos Telefones’ e ‘The Anglo Portuguese Telephone Company’ – serviu de base ao capítulo V e também à análise de conteúdo.

#### I.3.4. Análise de conteúdo

Para a determinação dos modelos de RP praticados pela APT durante o período em estudo optámos pela metodologia qualitativa da análise de conteúdo, a qual permite, conforme Stacks (2011), “olhar para os dados qualitativos de forma quantitativa” (p. 119).

Seguindo a sistematização definida por Bardin (2009), nomeadamente quanto às três etapas para o seu desenvolvimento, tal procedimento foi aplicado a cinco tipologias de documentos<sup>61</sup> que uma pré-análise revelou como relevantes para o efeito, permitindo elegê-los como *corpus* de análise (Quadro I.1).

**QUADRO I.1.: Corpus documental para a análise de conteúdo referente à APT (1911-1948)**

Tipologia	Fonte	Período	Editor
<b>Recortes de imprensa sobre a APT</b>	Livros de recortes de imprensa sobre a APT.	1914-1928	APT
<b>Documentos internos da APT relativos à sua atividade</b>	Livros de ordens de serviço da APT.	1911-1948	APT
<b>Boletins informativos</b>	<i>O Telefone.</i>	1934	APT
	<i>Telefones: Boletim Mensal da APT.</i>	1937-1938	APT
<b>Manuais sobre as Relações Públicas na APT</b>	<i>Relações com o Público (A Companhia, seu contracto e tarifas).</i>	1934	APT
	<i>Relações com o Público.</i>	1948	APT
	<i>Alguns Aspetos das Relações com o Público.</i>	1948	CTT
<b>Contestação parlamentar à APT</b>	Intervenções parlamentares referentes à APT proferidas no Senado da República, na Câmara dos Deputados e na Assembleia Nacional.	1911-1948	República Portuguesa

A utilização de cinco tipologias de instrumentos de análise distintos e referentes a diferentes públicos relacionados com a APT – imprensa, dirigentes da APT e empregados, parlamentares, associações comerciais e industriais e poder político e regulador<sup>62</sup> – permite

<sup>61</sup> Excluiu-se deste grupo de documentos o artigo “Na sua brilhante conferência” (1948), publicado no *Guia Oficial dos CTT*, por consistir numa reportagem sobre uma conferência cujo conteúdo foi igualmente veiculado através do livro *Alguns Aspetos das Relações com o Público*, editado pelos CTT, também em 1948, já abrangido

<sup>62</sup> A informação sobre as associações comerciais e industriais e sobre o poder político e regulador encontra-se nos recortes de imprensa que a APT colecionou entre 1914 e 1928.

não só abranger praticamente todo o período de análise (1910-1948), mas também perceber se os modelos de RP adotados pela Companhia variaram em função dos públicos. Neste último âmbito, está em causa o carácter contingencial e situacional que Grunig (1989) equacionou para a sua proposta modelar ao afirmar que “as organizações usam diferentes modelos como estratégias para lidar com diferentes públicos ou diferentes problemas de relações públicas” (p. 56).

Ao empreendermos uma análise de conteúdo para determinar a aplicação dos modelos de RP praticados pela APT durante o período em análise estamos cientes de que, como Grunig (1989) afirmou, tais “modelos funcionam melhor como modelos normativos que especificam como as relações públicas deveriam funcionar em diferentes organizações, mas são menos precisos como modelos positivos porque as organizações se desviam da norma teórica” (p. 34). Por outro lado, as organizações tendem a combinar modelos (Grunig, 1989) e a sua distinção operacionaliza-se mais a nível teórico do que na prática organizacional (Cf. II.2.5.). Acresce que, conforme notaram J. Grunig e L. Grunig (1989), “os modelos não são tão distintos na prática como são na teoria” (p. 41). Somou-se ainda a tais dificuldades o facto de, tanto quanto é possível determinar, nunca ter sido antes efetuado um estudo retroativo, ou histórico, da prática empresarial dos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984), o que comportou desafios específicos quanto à metodologia a utilizar para o efeito.

Para operacionalizar a análise de conteúdo, construiu-se uma grelha (cf. quadros I.2., I.3., I.4. e I.5.) que pretende tipificar, individualmente, cada um dos quatro modelos de RP a partir de quatro dimensões fundamentais (Cf. quadro II.1) extraídas das oito dimensões originalmente definidas por Grunig (1984)<sup>63</sup>.

Visando facilitar a diferenciação dos modelos quando observáveis na prática empresarial, acrescentaram-se uma quinta e sexta dimensões: ‘entendimento do público’ (Grunig e Hunt, 1984; Grunig, 1984) e ‘tarefas típicas do praticante de RP’<sup>64</sup> (Dozier *et al.*, 1995).

As seis dimensões – ‘contributo das RP’, ‘natureza da comunicação’, ‘modelo de comunicação’, ‘natureza da pesquisa’, ‘entendimento do público’ e ‘tarefas típicas do praticante de RP’ – foram traduzidas em 12 indicadores determinantes por modelo, os quais permitem aferir empiricamente, de forma sistemática e padronizada, a presença de cada dimensão nos suportes de comunicação sujeitos à análise de conteúdo. Procurou-se que os mesmos exprimissem características únicas e não repetidas, muito embora a construção de

---

<sup>63</sup> Das oito dimensões referidas, excluímos quatro que Grunig (1984) revelou terem uma baixa correlação com os modelos de RP: ‘finalidade’, ‘objetivo organizacional’; ‘principais figuras históricas’ e ‘prática atual’, porque servem de mero enquadramento histórico aos modelos.

<sup>64</sup> Definida por Dozier *et al.* (1995), esta dimensão não fazia parte da formulação inicial que Grunig e Hunt (1984) e Grunig (1984) fizeram dos modelos de RP.

Grunig e Hunt (1984) e de Grunig (1984) partilhe dimensões entre os três primeiros modelos. Nesses casos, duplicou-se a contabilização frequencial.

Para definir os indicadores foi utilizada a bibliografia relevante no domínio dos Modelos de RP (cf. Capítulo II), muito particularmente um estudo realizado por Grunig (1984), no âmbito do qual o autor definiu um conjunto de oito índices práticos e afirmativos para avaliar a confiabilidade dos modelos enquanto teoria positiva. Recorreu-se também a bibliografia no âmbito da persuasão, já que Grunig (1984, 2002), Grunig e Hunt (1984), J. Grunig e L. Grunig (1989) e Dozier *et al.* (1995) providenciaram pouca informação sobre as características/dimensões dos modelos, muito particularmente no que concerne ao modelo Assimétrico de Duas-vias.

Adicionalmente, e visando desfazer algumas dúvidas que se apresentaram quando da aplicação dos indicadores – mediante o procedimento de análise de conteúdo – às fontes documentais selecionadas, contactou-se o Professor James E. Grunig, que prontamente respondeu às questões que lhe colocámos<sup>65</sup>.

Seguindo a metodologia exposta, as seis dimensões consideradas no caso do Modelo do Agente de Imprensa/Publicista foram traduzidas em 12 indicadores (Quadro I.2.), os quais detalhamos seguidamente.

**QUADRO I.2.: Grelha de análise de conteúdo para o Modelo do Agente de Imprensa/Publicista**

#	Dimensões	Características	Indicadores determinantes
1	Contributo das RP	Advocacia	a) Departamento/praticante de RP e alta direção como advogados da APT.
2	Natureza da comunicação	Uma-via; verdade total não é essencial	a) Monólogo; b) Informação incompleta, distorcida ou meio verdadeira.
3	Modelo de comunicação	E → R	a) Unilateralidade comunicacional.
4	Natureza da pesquisa	Escassa; "contagem de cabeças"	a) Observação informal; b) Contagem do número de pessoas.
5	Entendimento do público		a) O "público seja enganado/que se dane" e seja abusado; b) Entidade desinformada e abusadora, devendo ser controlada e reprimida.
6	<i>Tarefas típicas do praticante de RP</i>		a) <i>Convencer o jornalista;</i> b) <i>Gerar publicity para a APT;</i> c) <i>Gerar publicity/visibilidade para um evento;</i> d) <i>Evitar a má publicidade.</i>

Fonte: Adaptado de Dozier *et al* (1995), Grunig (1984, 1989, 2002), Grunig e Hunt (1984), J. Grunig e L. Grunig (1989).

<sup>65</sup> Comunicações pessoais de 14/11/2017, 4/12/2017 e 18/12/2017. Procurou-se esclarecer qual dos modelos se compaginava com a atitude paternalista que a APT manteve com os empregados a partir dos anos 1930.

Dimensão #1 (contributo das RP): (a) o departamento de RP, o praticante de RP ou os quadros superiores da APT comunicam com o(s) público(s) advogando a justiça, a honestidade, a superioridade e a bondade das posições da Companhia, defendendo apenas os seus pontos de vista corporativos e gerindo os conflitos com base no primado da razão/inocência da APT e da sua desculpabilização, podendo mesmo recorrer a um ataque público (moral e intelectual) aos públicos que desafiem as suas posições, atitudes, objetivos e gestão/trabalhadores.

Dimensão #2 (natureza da comunicação): (a) presença de práticas comunicacionais que consubstanciem um monólogo, nomeadamente a recusa ao diálogo com os públicos, ou posições de intransigência negocial; (b) comunicação de mensagens incompletas, distorcidas ou meio-verdadeiras e atitudes de má fé por parte da APT.

Dimensão #3 (modelo de comunicação): (a) a informação flui somente da APT para os públicos, verificando-se a ausência de mecanismos de auscultação dos públicos ou que lhes permitam exprimir a sua opinião/posição face à Companhia.

Dimensão #4 (natureza da pesquisa): (a) observação informal sobre se os materiais comunicacionais foram utilizados pelos órgãos de comunicação social (OCS); (b) contagem do número de pessoas que participaram num evento ou compraram produtos e serviços.

Dimensão #5 (entendimento do público): (a) “O público seja enganado”/”o público que se dane” – o público como uma entidade passível de ser enganada, explorada e abusada em prol dos interesses ou dos objetivos da APT – incluindo o recurso a práticas de corrupção/conluio para manter o negócio a salvo de mudanças exigidas pelo público ou que pudessem beneficiá-lo –, comportando-se a Companhia com arrogância e prepotência, não cumprindo as suas obrigações contratuais, não atendendo aos interesses do público nem se preocupando com os seus impactos no mesmo (desinteresse da APT e dos seus empregados em resolver com diligência as consequências da ineficiência do serviço prestado ou das decisões tomadas), e praticando atos de discriminação ou providenciando um tratamento desigual; (b) o público entendido como sendo desinformado/ignorante, rude, irracional, imaturo (comportamentos), injusto, abusador e ingrato, tendendo a agir/reclamar/exigir sem razão ou de forma mal aconselhada, pelo que deve ser criticado, controlado, reprimido e mesmo punido/perseguido ou intimidado (empregados da APT) pela APT, o que é feito para defender/proteger os interesses da Companhia.

Dimensão #6 (tarefas típicas do praticante de RP): (a) convencer os jornalistas a publicarem peças jornalísticas sobre a APT (nas suas diferentes vertentes: produtos, serviços, gestão, recursos humanos, contratos, inovação, instalações, etc.), o que pode ser alcançado através de procedimentos regulares e éticos – o departamento/responsável de RP contacta os jornalistas verbalmente ou por escrito para os induzir a publicar – ou de procedimentos irregulares e não éticos, como o suborno de jornalistas (oferta de

compensações monetárias ou na concessão de prémios, de viagens ou de descontos/ofertas no serviço prestado pela companhia) ou dos próprios OCS (investir publicitariamente num OCS subalterno) e, ainda, a ameaça/chantagem comercial (ex.<sup>o</sup>: fazer cessar/diminuir o investimento publicitário da companhia num OCS); (b) conseguir que o nome da APT saia nos OCS, nomeadamente através do fornecimento de comunicados de imprensa e de artigos de opinião, da utilização de publicidade redigida, da organização de eventos com a imprensa (visitas às instalações da APT, inaugurações, conferências de imprensa, lançamento de produtos e serviços, deslocações ao estrangeiro, etc.), mas também da instrumentalização dos OCS e mediante a colaboração do responsável de RP na imprensa, ocultando o seu nome atrás de iniciais que impossibilitem o público de descortinar a sua verdadeira identidade; (c) conseguir o máximo de publicidade/visibilidade para um evento através da sua mediatização, conforme descrito em (a) e (b); (d) manter a má publicidade sobre a APT fora dos media, quer ocultando as más notícias e mentindo/omitindo, quer através do silenciamento, da descredibilização, do suborno, da pressão ou da ameaça/chantagem comercial face aos jornalistas e aos OCS – mas também às fontes de informação – que pretendam veicular notícias negativas relativas à APT.

No que se refere ao Modelo da Informação Pública as seis dimensões consideradas (Quadro I.3.) são explanadas através de um conjunto de 12 indicadores detalhados seguidamente.

**QUADRO I.3.: Grelha de análise de conteúdo para o Modelo da Informação Pública**

#	Dimensão	Características	Indicadores determinantes
1	Contributo das RP	Disseminação de informação	a) Departamento/praticante de RP da APT como disseminador neutral de informação e como intérprete.
2	Natureza da comunicação	Uma-via; verdade é importante	a) Monólogo; b) Veridicidade da informação.
3	Modelo de comunicação	E → R	a) Unilateralidade comunicacional.
4	Natureza da pesquisa	Escassa; legibilidade; número de leitores	a) Avaliação da adequabilidade da informação; b) Determinação da utilização da informação veiculada.
5	Entendimento do público		a) O “público seja informado” e acolhido. b) O público como principal preocupação.
6	<i>Tarefas típicas do praticante de RP.</i>		a) <i>Atuar como um jornalista;</i> b) <i>Compreender os valores dos jornalistas;</i> c) <i>Preparar notícias para os jornalistas;</i> d) <i>Providenciar informação objetiva.</i>

Fonte: Adaptado de Dozier *et al* (1995), Grunig (1984, 1989, 2002), Grunig e Hunt (1984), J. Grunig e L. Grunig (1989).

Dimensão #1 (contributo das RP): (a) entendimento/comportamento do departamento/praticante de RP da APT como um disseminador neutral de informação – isto é, como uma entidade imparcial, cuja função é veicular informação objetiva e factual sobre a

Companhia – e como um agente que interpreta as posições da APT para o público e os objetivos e aspirações do público para a administração/management, o que faz não ouvindo o público, mas sim por intuição, e não para mudar os objetivos e as práticas da Companhia, mas para que o management saiba o que é aceitável pelo público.

Dimensão #2 (natureza da comunicação): (a) presença de práticas comunicacionais que consubstanciem um monólogo, nomeadamente a recusa ao diálogo com os públicos, ou posições de intransigência negocial; (b) comunicação de mensagens verídicas, rejeitando-se a omissão e a mentira.

Dimensão #3 (modelo de comunicação): (a) a informação flui somente da APT para os públicos, verificando-se a ausência de mecanismos de auscultação dos públicos ou que lhes permitam exprimir a sua opinião/posição face à Companhia..

Dimensão #4 (natureza da pesquisa): (a) testes sobre a legibilidade da informação veiculada, visando determinar se a mesma apresenta um grau de dificuldade adequado ao público a que se destina; (b) estudos para determinar se o público utiliza a informação veiculada, muito particularmente através dos recortes de imprensa, isto é, a recolha das peças jornalísticas que fizeram referência aos comunicados de imprensa e a outros materiais ou iniciativas que a APT tenha utilizado para comunicar com os OCS.

Dimensão #5 (entendimento do público): (a) “o público seja informado” e acolhido – reconhecimento ao público do direito à informação, à verdade e a uma atuação transparente, justa, equitativa e lícita por parte da APT (perspetivando-se o público como uma entidade racional e a quem se concede o direito a reclamar, podendo mesmo ter razão, pois é capaz, através do acesso a informação completa e fidedigna, de tomar decisões ponderadas, justas e acertadas), esforçando-se a Companhia por o acolher nas suas instalações para que avalie, por si, mesmo a prestação dos serviços e eventuais dificuldades/problemas; (b) o público como uma entidade essencial ao sucesso da APT, interessando-se a Companhia por respeitá-lo, servindo-o com diligência e com uma atitude focada na satisfação (clientes), na colaboração, na partilha de informação objetiva e na atribuição de direitos sociais justos (empregados).

Dimensão #6 (tarefas típicas do praticante de RP): (a) atuar como jornalista dentro da APT, o que significa que o praticante de RP desempenha as suas funções no quadro da prática jornalística – recolhendo, tratando e divulgando informação segundo as técnicas e os princípios da atividade jornalística –, podendo ser, tipicamente, um jornalista profissional em exercício parcial de funções ou um ex-jornalista; (b) compreender os valores dos jornalistas, isto é, respeitar e não corromper, na sua relação com os mesmos, os princípios base do jornalismo – materializados na obrigação à verdade, na lealdade primordial para com os cidadãos, na possibilidade de verificação dos factos (a APT mostra abertura para que os jornalistas o possam fazer diretamente), na independência face aos sujeitos das notícias, no

exercício da consciência individual, no exercício de uma monitorização independente do poder e na sua constituição como fórum para a crítica e o compromisso públicos (Kovach e Rosenstiel, 2007) – e colaborar com os OCS, facilitando a sua missão informativa; (c) preparar notícias para os jornalistas publicarem, nomeadamente através do fornecimento de comunicados de imprensa e de artigos de opinião ou de outros conteúdos informativos alusivos à APT e aos seus interesses, nomeadamente publireportagens; (d) providenciar informação objetiva acerca da APT, privilegiando os factos à opinião, nomeadamente através do recurso a estudos internos credíveis, a comissões e a personalidades independentes e idóneas, ou a entidades oficiais, designadamente as de regulação do sector de atividade da Companhia.

Relativamente ao Modelo de Duas-vias Assimétrico as seis dimensões consideradas (Quadro I.4.) são explanadas através dos 12 indicadores apresentados seguidamente.

**QUADRO I.4.: Grelha de análise de conteúdo para o Modelo de Duas-vias Assimétrico**

#	Dimensão	Características	Indicadores determinantes
1	Contributo das RP	Advocacia	a) Departamento/praticante de RP e alta direção como advogados da APT.
2	Natureza da comunicação	Duas-vias; efeitos desequilibrados.	a) Comunicação partilhada; b) Efeitos desequilibrados da comunicação.
3	Modelo de comunicação	E → R ←Feedback	a) Unilateralidade da comunicação; feedback como mecanismo de manipulação e de persuasão.
4	Natureza da pesquisa	Formativa; avaliadora de atitudes	a) Pesquisa formativa, para melhor persuadir os públicos; b) Pesquisa avaliativa, para determinar o sucesso das RP.
5	Entendimento do público		a) O “público seja compreendido e persuadido”; b) Alinhamento do público com os interesses da APT.
6	<i>Tarefas típicas do praticante de RP</i>		a) <i>Persuadir o(s) público(s);</i> b) <i>Conseguir que os públicos se comportem como a APT pretende;</i> c) <i>Manipular cientificamente os públicos;</i> d) <i>Utilizar os princípios psicológicos da persuasão de massas.</i>

Fonte: Adaptado de Dozier *et al* (1995), Grunig (1984, 1989, 2002), Grunig e Hunt (1984), J. Grunig e L. Grunig (1989).

Dimensão #1 (contributo das RP): (a) o departamento de RP, o praticante de RP ou os quadros superiores da APT comunicam com o(s) público(s) advogando a justiça, a honestidade, a superioridade e a bondade das posições da Companhia, defendendo apenas os seus pontos de vista corporativos e gerindo os conflitos com base no primado da razão/inocência da APT e da sua desculpabilização, podendo mesmo recorrer a um ataque público (moral e intelectual) aos públicos que desafiem as suas posições, atitudes, objetivos e gestão/trabalhadores.

Dimensão #2 (natureza da comunicação): (a) tanto o emissor (empresa) como o recetor (público) intervêm no processo comunicacional, embora o primeiro domine o fluxo

informativo e a troca de informação entre ambos não configure um verdadeiro diálogo; (b) a comunicação da APT com o público pretende modificar as atitudes daquele, mas não produz qualquer impacto na mesma, que não introduz mudanças nas suas políticas a partir das posições do público.

Dimensão #3 (modelo de comunicação): (a) a comunicação tende a fluir da APT para os seus públicos, procurando a Companhia informação da parte dos públicos apenas para melhor os persuadir/manipular e melhor alterar as suas atitudes e os seus comportamentos face à mesma, razão pela qual o *feedback* é um mero mecanismo de controlo.

Dimensão #4 (natureza da pesquisa): (a) utilização de pesquisa formativa (métodos qualitativos ou quantitativos) para determinar, previamente ao processo de comunicação, o que o público aceita e tolera e qual a sua opinião sobre a APT, informação que o departamento/praticante de RP utiliza para planear as atividades de RP e para definir os objetivos e as mensagens a comunicar. Tal permite apresentar a Companhia e as suas políticas de forma que o público seja suscetível de as aceitar, ao realçar nas práticas de RP os elementos que o público mais aprecia e valoriza; (b) utilização de pesquisa avaliativa (através de métodos qualitativos ou quantitativos) para determinar se os objetivos comunicacionais foram atingidos, muito particularmente se o programa de RP teve sucesso na mudança das atitudes do público.

Dimensão #5 (entendimento do público): (a) “o público seja compreendido e persuadido” – o público como uma entidade com motivações/características psicológicas que deve ser estudada em termos de comportamentos e valores (componente psicológica), nomeadamente através de inquéritos, entrevistas ou outros estudos, para melhor ser persuadida pela APT através de mensagens construídas à sua medida e no quadro dos seus códigos; (b) o público como uma entidade que deve ser bem servida (mesmo estando equivocada nas suas ideias e reivindicações/reclamações) – mas só porque ele é o garante da sobrevivência e da prosperidade económica da APT, através dos serviços e produtos que lhe adquire ou porque pode pô-la em causa/ameaçá-la – e como uma entidade instrumentalizável (servindo os interesses da APT) ou subjugável, subliminarmente; a instrumentalização/subjugação é concretizada, junto dos empregados da APT, através da construção de um sentimento paternalista de pertença, de união, de cooperação, de solidariedade e de integração numa família hierarquizada – no âmbito da qual as chefias se afirmam como amigas e protetoras do pessoal e os empregados se comportam como peças exemplares de uma máquina perfeita, identificando-se com a APT, orgulhando-se de ali trabalharem e desenvolvendo um espírito de sacrifício pela Companhia, que representam como se fossem embaixadores/propagandistas, velando pela sua boa imagem/reputação –, sentimento, esse, alicerçado num sistema corporativo (Estado Novo), cerceador das liberdades e dos direitos individuais, no âmbito do qual o público não tem, de facto, nem o

mesmo poder da APT nem a capacidade de influenciar as suas políticas, pelo que o resultado do processo comunicacional/relacional é assimétrico.

Dimensão #6 (tarefas típicas do praticante de RP): (a) persuadir os públicos de que a organização tem razão acerca de um dado assunto; (b) conseguir que os públicos se comportem como a organização pretende, educando-os e doutrinando-os; (c) manipular cientificamente os públicos através da aplicação do corpo teórico das ciências sociais, nomeadamente a psicologia, utilizando-o na persuasão dos públicos para que aceitem os pontos de vista da APT e se comportem-se de forma que sustente os seus objetivos corporativos; (d) utilizar os princípios psicológicos da persuasão de massas, beneficiando do poder emocional da construção de mensagens que “apelem àquilo em que os públicos acreditam ou querem ouvir” (Grunig e Hunt, 1984: 38), pressupondo os três objetivos uma comunicação persuasiva, tal como entendida por Miller (1980), potencialmente alicerçada em algumas das sete técnicas persuasórias elencadas por Cialdini (1993) ou nas seis regras e procedimentos gerais de persuasão definidas por Roiz (1994).

Quanto ao Modelo de Duas-vias Simétrico, teoricamente uma impossibilidade histórica no período em análise<sup>66</sup>, as seis dimensões consideradas (Quadro I.5.) são explanadas através dos 12 indicadores apresentados seguidamente.

**QUADRO I.5.: Grelha de análise de conteúdo para o Modelo de Duas-vias Simétrico**

#	Dimensão	Características	Indicadores determinantes
1	Contributo das RP	Mediação	a) Departamento/praticante de RP como agente de mediação entre a APT e os seus públicos.
2	Natureza da comunicação	Duas-vias; efeitos equilibrados.	a) Diálogo; b) Efeitos equilibrados da comunicação entre empresa e públicos.
3	Modelo de comunicação	Grupo → Grupo ←	a) Bilateralidade comunicacional, estabelecida entre grupos.
4	Natureza da pesquisa	Formativa; avaliadora de compreensão	a) Pesquisa formativa, para avaliar a compreensão mútua entre a APT e os seus públicos. b) Pesquisa avaliativa, para determinar o sucesso no entendimento mútuo entre a APT e os seus públicos.
5	Entendimento do público		a) Entidade que possibilita e legitima os negócios e com a qual importa manter relações mutuamente benéficas; b) Entidade em plano de igualdade com a APT e com a qual se dialoga para atingir a compreensão mútua.
6	<i>Tarefas típicas do praticante de RP</i>		a) <i>Negociar com públicos ativistas;</i> b) <i>Usar as teorias da resolução de conflitos para lidar com os públicos;</i> c) <i>Ajudar a gestão de topo a compreender a opinião de públicos específicos;</i> d) <i>Determinar como os públicos reagem à APT.</i>

Fonte: Adaptado de Dozier *et al* (1995), Grunig (1984, 1989, 2002), Grunig e Hunt (1984), J. Grunig e L. Grunig (1989).

<sup>66</sup> Grunig e Hunt (1984) situaram o início da sua prática organizacional e empresarial a partir somente dos anos 1960 e 1970.

Dimensão #1 (contributo das RP): (a) entendimento/comportamento do departamento de RP ou do praticante de RP da APT como agente de mediação/harmonia, ajudando o management e o público a negociarem conflitos, intervindo na procura e no estabelecimento de consensos e de compromissos, na construção de relações mutuamente benéficas e na diminuição dos impactos negativos da empresa na sociedade e junto do público.

Dimensão #2 (natureza da comunicação): (a) diálogo real entre a APT e o seu público, significando que ambos ouvem e exprimem opiniões ou factos, colaborando mutuamente; (b) a função RP intervém tanto para mudar as ideias, atitudes e comportamentos do público como para mudar as ideias, atitudes e comportamentos da APT, o que faz com que o processo comunicacional produza efeitos equilibrados em ambos.

Dimensão #3 (modelo de comunicação): (a) o fluxo de comunicação é bilateral (os sujeitos do processo de comunicação trocam continuamente de papel, não sendo possível individualizar os papéis), detetando-se a transação de informação entre grupos.

Dimensão #4 (natureza da pesquisa): (a) utilização de pesquisa formativa (métodos qualitativos ou quantitativos) para determinar como o público percebe a APT, apurar que consequências aquela tem no mesmo e determinar quão bem o público entende a gestão da empresa e quão bem a gestão entende o público; (b) utilização de pesquisa avaliativa (métodos qualitativos ou quantitativos) para determinar se o esforço de RP aumentou o entendimento que o público tem da APT e o que o management tem do público.

Dimensão #5 (entendimento do público): (a) entidade que, num contexto democrático, permite a existência dos negócios e legitima a sua continuidade, mantendo com a APT uma relação mutuamente benéfica e de interdependência: o público legitima a existência da APT e a APT comporta-se com espírito de cidadania, procurando contribuir para o funcionamento e o desenvolvimento da sociedade em que se insere, fazendo-o com ética, equidade e sentido de justiça, eliminando as consequências negativas da sua atividade (responsabilidade social) e proporcionando um serviço adequado, de qualidade e inovador; (b) entidade em plano de igualdade com a APT – isto é, com os mesmos direitos e estatuto, podendo contribuir com ideias e propostas tão válidas como as da APT – e com a qual importa colaborar e dialogar, de forma aberta e transparente, para se atingir a compreensão mútua, favorecendo-se a sua autonomia (liberdade do público tomar as suas decisões sem ser manipulado nem persuadido) e a capacidade de inovação (por oposição à valorização da tradição, da rotina e da eficiência), e promovendo-se a não discriminação, o respeito pelas especificidades do público (em detrimento da massificação/standardização) e uma atitude de compreensão, de tolerância, de espírito de equipa (sem hierarquias rígidas ou autocráticas) e de interesse pela condição dos públicos.

Dimensão #6 (tarefas típicas do praticante de RP): (a) negociar com públicos ativistas, traduzindo uma atitude de confiança, de compreensão e de abertura a ideias, atitudes e

comportamentos divergentes face aos da APT; (b) usar as teorias da resolução de conflitos para lidar com os públicos; (c) ajudar a gestão de topo a compreender a opinião de públicos específicos; (d) determinar como os públicos reagem à APT.

A partir das referidas grelhas de análise, construiu-se uma tabela frequencial em Excel, utilizando-se como unidade de contagem o parágrafo<sup>67</sup>, através da qual foi efetuada para cada um dos 48 indicadores uma contabilização multifrequencial<sup>68</sup>. Para validar a metodologia, procedeu-se a uma aplicação exploratória dos indicadores aos recortes de imprensa, tendo abrangido os primeiros 60 (cerca de 5% do corpus). Depois disso, fez-se uma afinação nos mesmos indicadores, tendo-se repetido, desde o primeiro recorte, o processo operacional. Os dados obtidos (Anexo Digital - tabela Excel) foram cruzados através do software Excel.

#### 1.4. LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS

O presente estudo apresenta um conjunto de limitações intimamente ligadas às variáveis eleitas para o efetuar, à estratégia de pesquisa seguida e às técnicas e instrumentos de pesquisa adotados. Para que futuros investigadores possam usá-lo como ponto de partida sólido, importa definir e delimitar tais limitações.

Quanto à variável independente, consubstanciada no contexto histórico – político, económico, social e mediático – que enformou o período decorrido entre 1910 e 1948, é apenas uma das passíveis de correlacionar com os modelos de RP, ajudando a explicar o motivo que leva uma empresa a adotar um determinado modelo de RP. Com efeito, Grunig (1989, 1989, 1992b) e J. Grunig e L. Grunig (1989) elencaram diversas variáveis independentes que procuraram validar através de diferentes pesquisas (cf. II.2.V.). O enfoque nesta, em particular, prende-se com o facto de pretendermos contextualizar a emergência das RP em Portugal e também com a circunstância, inultrapassável, de não possuímos informação suficiente para explorar as demais opções.

No que se refere à variável dependente, a opção pelos modelos de Grunig e Hunt (1984), e não outros, deve-se a duas razões principais. Primeira, porque enformam o paradigma dominante na teorização das RP (cf. Cap. II) e porque constituem o berço de um longo e profuso debate académico, sendo alvo de contestação por diversos autores (Cf. II.8), o que nos impulsionou a testar a sua aplicabilidade em Portugal. Segunda, por ter sido a esses

---

<sup>67</sup> Nas notícias e nos recortes de imprensa da APT, contabilizámos todas as unidades das peças: título, antetítulo, subtítulo, lead e corpo da notícia.

<sup>68</sup> Se a mesma ideia/indicador surgiu mais de uma vez na mesma frase, através de sinónimos ou de repetições, contámos apenas uma frequência, mas, quando justificado, efetuámos a frequenciação em mais de um modelo.

modelos que os respetivos autores atribuíram um valor histórico intrínseco – característica adequada aos objetivos do presente estudo – ao afirmarem que “ajudam-nos a compreender diferentes fases na história das relações públicas porque as relações públicas parecem ter passado por fases que se assemelham aos quatro modelos” (p. 14).

Esta opção é assumidamente parcelar face ao edifício conceptual entretanto construído nesse âmbito. Com efeito, os referidos modelos foram ao longo dos anos modificados por James E. Grunig, e não só (cf. Cap. II), culminando com a propositura das dimensões de RP (Grunig, 2001), as quais não despertaram, contudo, o mesmo debate académico. Não ignoramos também os dois modelos de âmbito internacional identificados por J. Grunig, L. Grunig, Sriramesh, Huang e Lyra (1995), muito embora não os tenhamos considerado, pois, tal como os seus autores afirmaram, os modelos de influência pessoal e do intérprete cultural “são, mais provavelmente, variações dentro dos quatro modelos” (p. 164).

Em termos de estratégia de pesquisa, a opção por um estudo de caso singular, em vez de múltiplo, apresenta alguns condicionantes. Desde logo o facto de a informação que providencia sobre uma organização ser, apesar de rica, de complexa generalização (Stacks, 2011), processo que obriga a “separar o que é exclusivo dessa organização do que é comum a outras organizações” (Hartley, 2004: 326).

Tendo em conta as ações propostas por Hartley (2004) para obviar a tal limitação, optámos não por desenvolver um segundo estudo de caso, mas por contrastar o primeiro com outras organizações, ainda que sem uma análise aprofundada (Hartley, 2004). Concedemos especial relevo às organizações similares, isto é, as que operavam, no mesmo período, no sector das comunicações e das telecomunicações – CTT e Companhia Portuguesa Rádio Marconi (CPRM) –, e que, tal como a APT, prestavam um serviço público. Nesse âmbito, e ainda que subsidiariamente, procurámos também caracterizar a prática das RP, ou de tipo-RP, nas organizações governamentais e não governamentais.

Visando ainda a generalização, procurámos desenhar o estudo de caso não apenas como uma narrativa histórica, mas sim com base num quadro teórico sólido que serve como elemento de comparação com os resultados empíricos obtidos (Yin, 1994). Definiu-se também um conjunto de indicadores que permitem a comprovação por outros investigadores e a replicação em estudos posteriores aplicados a outras empresas. Como nota Hartley (2004), a generalização é legítima quando analítica pois “tem a ver com proposições teóricas, não com populações. Assim, a base da generalização não é, principalmente, a tipicidade da organização” (p. 331). Pelo contrário, nota o autor “o argumento reside na existência de processos particulares, os quais podem influenciar comportamentos e ações na organização. Compreender as contingências (contexto) em que esses processos ocorrem é importante” (*Id., ibid.*). Nessa mesma linha de argumentação, Yin (1994) defende que “os estudos de caso, tal como as experimentações, são generalizáveis a proposições

teóricas e não a populações ou universos” (p. 10). Assim, “o estudo de caso, à semelhança da experimentação, não representa uma ‘amostra’, e o objetivo do investigador é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística)” (*Id., ibid.*).

No que se refere às técnicas de pesquisa adotadas para concretizar este estudo, importa notar que a análise de conteúdo levada a cabo apresenta também algumas limitações, as quais são fruto dos condicionalismos de tempo, das especificidades do espólio documental de que foi possível dispor e também das opções seguidas.

Desde logo, o facto de os documentos selecionados não cobrirem a totalidade do período em análise (1910-1948) pois principiam em 1911. Tal lacuna foi, contudo, compensada pela análise histórica e documental, que recaiu, globalmente, na emergência das RP empresariais em Portugal e, particularmente, no estudo de caso da APT, com incidência, igualmente, nos modelos de RP adotados pela Companhia.

Por outro lado, a análise de conteúdo incidiu não sobre apenas uma tipologia de documentos, mas sobre cinco, não existindo uma tipologia que, por si só, cubra todo o período em estudo<sup>69</sup>. Se, positivamente, tal pode significar uma maior amplitude de análise – permitindo aferir o já referido carácter contingencial e situacional dos modelos (Grunig, 1989) – pode também impedir, negativamente, a realização de uma análise linear, continuada temporalmente.

---

<sup>69</sup> Refira-se, contudo, que as Ordens de Serviço apenas não cobrem o ano de 1910.

## **PARTE II**

### **ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

## – CAPÍTULO II –

**MODELOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

**A** construção teórica de um modelo mensurável de RP<sup>70</sup> deve-se a James E. Grunig, que nos anos 1970 iniciou o desenvolvimento de uma “representação dos valores, objetivos e comportamentos mantidos ou utilizados pelas organizações na prática das relações públicas – simplificados da mesma forma que o vácuo perfeito ou a concorrência perfeita são representações simplificadas noutras ciências” (Grunig, 1989: 29), pretendendo, assim, tipificar “as abordagens dos departamentos de relações públicas ou dos praticantes individuais a todos os programas ou, em alguns casos, a programas e campanhas específicos” (J. Grunig e L. Grunig, 1992: 286).

Não ignorando a existência de modelos inerentes à comunicação organizacional<sup>71</sup>, centramo-nos nos especificamente criados pelo referido autor, fundamentalmente por serem os mesmos considerados como a base do paradigma dominante das RP (Laskin, 2009).

Apresentados na segunda metade dos anos 1970 (Grunig, 1976), tais modelos foram, ao longo de cerca de 25 anos (1976-2002), sucessivamente reformulados, em função de diferentes contributos teóricos e autorais, e também debatidos criticamente no universo académico.

Com efeito, é possível identificar etapas distintas na propositura dos modelos de Grunig (cf. Fig. II.1.), desde logo na sua progressão de uma construção singular (Grunig, 1976) para uma teorização tendencialmente plural (Grunig e Hunt, 1984; J. Grunig e L. Grunig, 1989, 1992; Dozier, L. Grunig e J. Grunig, 1995; L. Grunig, J. Grunig e Dozier, 2002) e mesmo descentralizada. Esta última faceta deveu-se ao facto de Grunig ter acolhido e ter sido influenciado, pontualmente, pelos contributos de diversos autores exógenos à

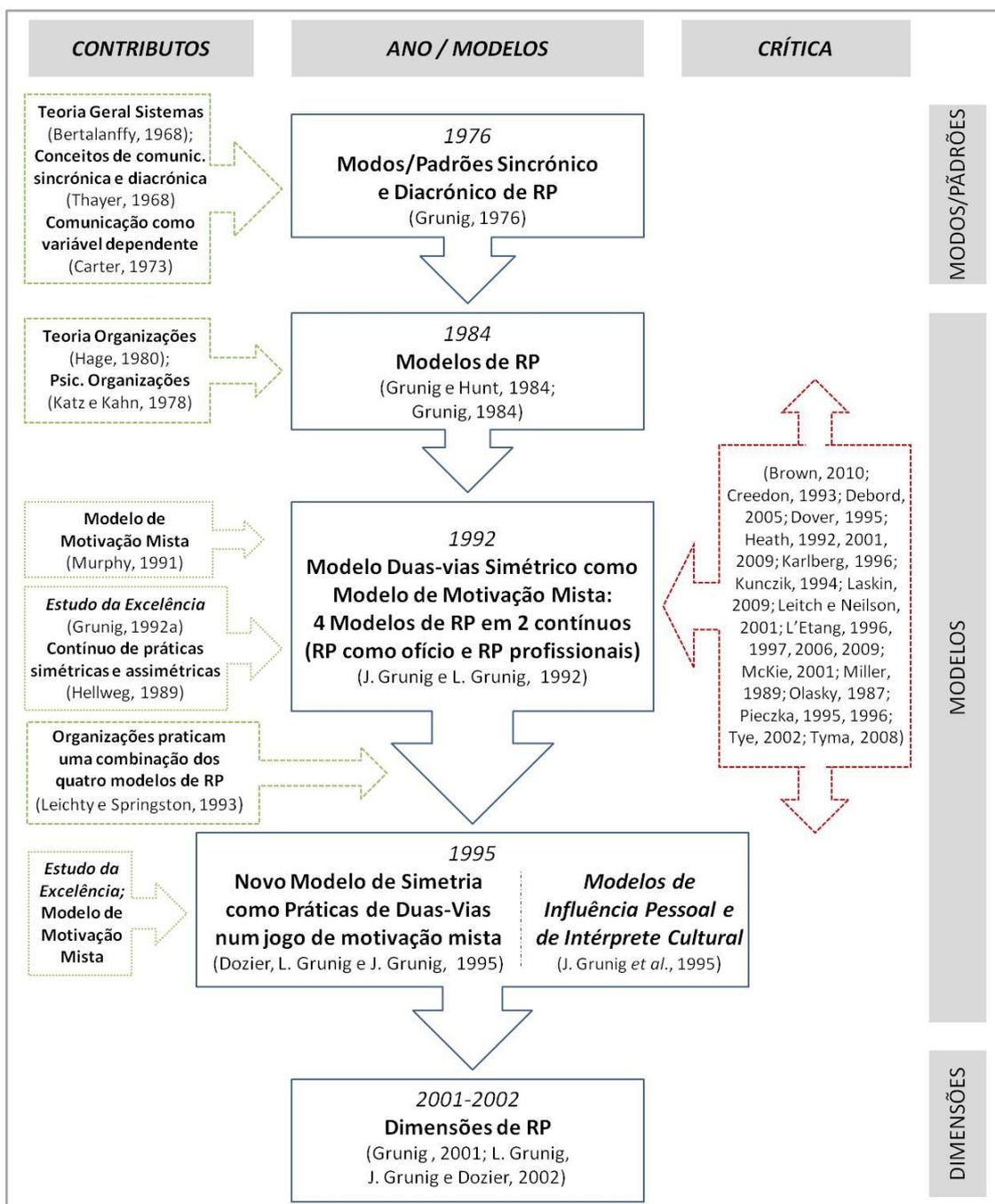
---

<sup>70</sup> Embora Grunig e Hunt (1984) tenham começado por designar os referidos modelos de “Modelos de Comunicação”, em subsequentes livros e artigos (Grunig, 1984, 1989, 2001; J. Grunig e L. Grunig, 1989; J. Grunig, L. Grunig e Dozier, 2002) passaram a denominá-los de “Modelos de Relações Públicas”. Seguiremos, portanto, esta nomenclatura, adotada por Pereira (2010) e Gonçalves (2010), a qual permite uma melhor distinção conceptual entre modelos de RP e modelos de comunicação organizacional.

<sup>71</sup> Pereira (2010) elenca os seguintes modelos: Transferência de Informação, Processo Transaccional, Controlo Estratégico, Equilíbrio entre Criatividade e Constrangimento, Organizações como Diálogos, e Comunicação Organizacional Cognitivo-Afetivo.

conceptualização dos seus modelos, nomeadamente Hellweg (1989), Murphy (1991) e Leichty e Springston (1993).

**FIGURA II.1.: Cronograma da conceptualização e receção crítica dos Modelos de Relações Públicas de James E. Grunig (1976-2010)<sup>72</sup>**



<sup>72</sup> Selecionou-se a bibliografia em que os modelos foram introduzidos e reconceptualizados e também aquela em que foram alvo de significativa e substancial crítica. A coluna central (a azul) ilustra o desenvolvimento dos modelos, a coluna da esquerda (verde) os contributos, e a coluna da direita (vermelho) a oposição crítica.

Mais importantes foram a evolução conceptual dos modelos – em função das teorias de comunicação e das teorias organizacionais que lhes estão subjacentes e, também, por via das críticas que lhes foram dirigidas a partir dos anos 1990 por parte de diversas escolas de pensamento na área das RP – e as consequentes mudanças registadas na sua nomenclatura, que transitou de ‘modos/padrões’, nos anos 1970, para ‘modelos’, nos anos 1980 e 1990, e, finalmente, para ‘dimensões’, nos anos 2000.

São estas questões, colocadas globalmente nos termos referidos, que abordamos no presente capítulo, seguindo, estruturalmente, o fluxograma cronológico da Fig. III.1, o que facilita a perceção do desenvolvimento teórico dos modelos de RP de J. E. Grunig.

## II.1 MODOS/PADRÕES SINCRÓNICO E DIACRÓNICO

Os modelos de RP foram primeiramente ensaiados na segunda metade da década de 1970 num artigo intitulado “Organizations and public relations: testing a communication theory” (Grunig, 1976). Foi nesse âmbito que Grunig colocou, pioneiramente, o foco da pesquisa em RP no comportamento dos profissionais desta área, procurando explicar a problemática levantada pela amplitude e pelo antagonismo observáveis na sua prática profissional:

AS OPINIÕES variam amplamente no que se refere ao comportamento do praticante de relações públicas. Ao passo que os jornalistas dos media o veem, frequentemente, como um manipulador da imprensa, os praticantes geralmente veem o seu papel como essencial para a preservação de uma comunicação aberta numa sociedade livre e como um complemento valioso a uma imprensa livre.

[...]

Poucos pesquisadores, se algum, têm tentado explicar por que o comportamento dos profissionais de relações públicas varia tão amplamente dentro deste enquadramento (Grunig, 1976: 1).

Grunig transcendeu, desta forma, o estudo meramente funcionalista das RP – tal como tinha sido prática até aos anos 1970, mediante a análise, entre outros, da opinião pública, dos media e da eficácia dos planos de comunicação –, transportando os objetivos da pesquisa para além da descrição do binómio funções/efeitos das RP, particularmente quanto à sua capacidade de influenciar o público. De facto, ao estudo da fonte – as RP em si e os seus praticantes individuais e organizacionais – e da sua capacidade de persuasão junto do público, o citado investigador norte-americano preferiu a análise das motivações comportamentais para uma diferenciada prática comunicacional. Exerceu seminal influência sobre Grunig – e o seu futuro desenvolvimento dos modelos de RP – o pensamento de Carter (1973), do qual reteve as duas seguintes assunções: “não existe nenhuma diferença entre fonte e recetor. A comunicação é simplesmente um comportamento humano”; a

comunicação é “uma variável dependente”, isto é “um aspeto do comportamento ao invés de uma variável independente que influencia o comportamento” (Grunig, 1976: 3).

Foi nesta base que Grunig advogou que, similarmente, também a função RP devia ser analisada como “uma variável dependente a ser explicada, em vez de uma variável independente cujos efeitos deviam ser descritos” (Grunig, 2001: 11). A variável independente era consubstanciada pela organização a que cada profissional de RP se encontrava adstrito e também pelo ambiente macro em que essa mesma organização se inseria. Ambos os fatores eram entendidos como determinantes para o comportamento adotado pelos praticantes de RP, comportamento esse posicionado, objetivamente, como variável dependente, tal como, em última análise, o próprio *output* das RP praticadas por aqueles e pelas suas organizações. Os praticantes de RP surgiram, pois, condicionados na sua atividade pela organização a que se encontravam associados laboralmente: “A literatura sobre o comportamento das organizações [...] indicaria que o comportamento do praticante de relações públicas é largamente determinado pela estrutura da organização e pelo papel desempenhado por aquele nessa estrutura” (Grunig, 1976: 1).

Esta teorização, que estabelece e advoga, como vimos, uma referenciação circunstancial das RP às organizações, só pode ser cabalmente entendida referindo-se que Grunig a fundamentou no âmbito da teoria geral de sistemas – partindo do pressuposto que o sistema organização e o seu subsistema unidade<sup>73</sup> de RP configuram um sistema aberto, ou seja, um sistema adaptativo, no sentido de se encontrar sujeito a trocas e a uma mútua influência – e procurou correlacionar o profissionalismo do praticante de RP com a sua capacidade de introduzir mudanças no sistema, isto é, no tipo de RP praticadas por uma dada organização:

Vemos as organizações como um sistema comportamental e o comportamento de comunicação da sua unidade de relações públicas como uma instância de comunicação organizacional, a fim de explicar o comportamento das relações públicas em função das características e do comportamento da organização em que a unidade está localizada. Também questionamos se o profissionalismo do praticante serve como um fator de mediação entre a organização e o praticante que permita ao praticante mudar a organização ao invés de simplesmente ocupar um papel e funcionar como uma engrenagem no comportamento da organização (Grunig, 1976: 2).

Foi neste contexto que Grunig pretendeu criar um modelo que, ao relacionar as motivações comunicacionais por parte de uma organização – isto é, o que a levava a procurar e trocar informação – com a sua resposta comportamental específica perante a emergência de problemas ou necessidades de comunicação, permitisse prever o tipo de RP

---

<sup>73</sup> Grunig adota este termo para designar a estrutura de RP de uma organização, habitualmente designada por departamento, serviço, direção ou gabinete.

que a mesma tenderia a adotar e, igualmente, perspetivasse o papel dos profissionais de RP como mediadores na referida relação.

Baseou-se, para tal, na abordagem teórica de Carter (1973) para explicar a comunicação interpessoal, aplicando ao domínio organizacional o modelo situacional para o comportamento comunicacional, o qual, através da correlação de duas dimensões – o grau de abertura do indivíduo (isto é, a sua capacidade de reconhecer uma situação como problemática e de envolver-se num processo de comunicação tendente à sua resolução) e o grau de abertura da estrutura (maior ou menor dimensão dos constrangimentos) – gerava, matricialmente, quatro tipos de situações/respostas: comportamento voltado para enfrentar o problema, comportamento de rotina-hábito, comportamento constrangido e comportamento fatalista. A estas quatro respostas matriciais correspondiam outros tantos comportamentos de comunicação tipificados (Grunig, 1976).

Na construção de um modelo de RP, Grunig colocou a hipótese do comportamento das organizações determinar a prática de dois tipos de RP, que designou utilizando os termos que Thayer (1968) adotara no seu modelo de intercomunicação. Assim, nas RP sincrónicas, o propósito da comunicação estabelecida é sincronizar os públicos com as necessidades de uma organização, procurando-se modelar o recetor das mensagens através de um processo de comunicação de uma só via<sup>74</sup>, isto é, em que apenas o emissor comunica. As RP diacrónicas, por seu turno, visam alcançar, através do diálogo, uma solução mutuamente benéfica para a organização e os seus públicos, configurando um modelo de comunicação de duas vias. Além de consubstanciarem objetivos distintos, os dois modos de RP são também diferenciáveis quanto ao processo de comunicação, isto é, na distinta precedência que estabelecem entre o ato de informar sobre um problema e o ato de recolher informação (pesquisa) sobre esse mesmo problema:

[...] no modo diacrónico, a procura de informação (por exemplo, para avaliar um problema comum) precede geralmente a transmissão de informação (por exemplo, propor uma solução para o problema). No modo sincrónico, no entanto, a transmissão de informação vem em primeiro lugar (destinando-se a alterar o recetor) e é seguida pela procura de informação na forma de feedback (que revela se a mudança desejada ocorreu) (Grunig, 1976: 6-7).

Para testar esta teoria, Grunig (1976) realizou um estudo empírico em que participaram 216 praticantes de RP inseridos em diferentes organizações localizadas na cidade de Baltimore (Washington). Dezasseis atividades comuns de RP, desde a redação de

---

<sup>74</sup> Os termos 'uma via' e 'duas vias' referem-se ao fluxo da comunicação do emissor para o recetor e do recetor para o emissor. Um fluxo de uma só via significa que apenas uma das partes emite mensagens, papel que, no caso do modelo sincrónico, é limitado ao emissor, configurando um monólogo. O fluxo de duas vias, próprio do modelo diacrónico, implica a igualdade comunicacional entre emissor e recetor, configurando um diálogo.

comunicados de imprensa à pesquisa, foram agrupadas, em função da sua empatia, em fatores similares aos modos diacrónico e sincrónico, assumidos como “dois modelos teóricos do comportamento das RP” (Grunig, 1989: 30). Estes dois modos, que consubstanciaram um primeiro modelo, bipartido, de RP, foram depois correlacionados com variáveis estruturais próprias de dois tipos de organizações, cujas tipologias foram construídas por Grunig à semelhança das organizações orgânicas e mecânicas: as organizações “resolventes de problemas” (caracterizadas por um ambiente dinâmico e por uma estrutura complexa, descentralizada, não estratificada e formal) e as organizações “fatalistas” (caracterizadas pela existência de um ambiente estático limitador da organização e por uma estrutura central e estratificada, mas menos formalizada e menos complexa do que a da organização “resolvente de problemas”).

A hipótese de Grunig era que diferentes tipos de organizações praticariam diferentes modos de RP, sendo as práticas diacrónicas desenvolvidas pelas organizações tipo “resolventes de problemas” e as práticas sincrónicas adotadas pelas organizações tipo “fatalistas”. Previa, também, o autor que as atividades sincrónicas dominariam a prática organizacional, atendendo a que as organizações são “basicamente conservadoras e preocupadas com o controle dos seus subsistemas e do seu ambiente” (Grunig, 1976: 7). Os resultados revelaram, porém, que as organizações do cluster “resolventes de problemas” praticavam não só ambos os modelos, como praticavam mais o modo sincrónico<sup>75</sup>. Apesar desta incongruência, resultou, sobretudo, da referida investigação a importância da conclusão de que “existe uma clara relação entre o tipo comportamental de uma organização, o profissionalismo do seu praticante de relações públicas e o tipo de procedimentos de comunicação utilizados” (Grunig, 1976: 49), o que demonstrou a validade do pressuposto das RP como variável dependente das organizações (variável independente) que as praticam.

Grunig constatou, todavia, que “a conceptualização sincrónica e diacrónica não captava suficientemente a variação existente no comportamento das relações públicas para poder constituir-se numa teoria profunda” (J. Grunig e L. Grunig, 1989: 30). Com efeito, nos anos 1980 Grunig verificou que uma teoria assente em dois modelos – sincrónico” e diacrónico –, tal como tinha defendido na década anterior, não era suficiente para descrever as práticas contemporâneas de RP:

Parece agora claro que tanto eu como os teóricos organizacionais desenvolvemos teorias que eram demasiado simples a explicar os comportamentos de relações públicas e as estruturas organizacionais e ambientes que existem no mundo real.

---

<sup>75</sup> Grunig (1984) salienta, porém, que o modo diacrónico era praticado numa categoria especial das organizações tipo “resolventes de problemas”, referindo-se às “organizações pequenas, novas e menos formais, que empregavam um praticante «profissional» de relações públicas, em vez de um «carreirista»” (p. 7).

Em particular, parece haver quatro em vez de dois modelos de relações públicas em prática, e as organizações individuais parecem praticar combinações dos quatro modelos (Grunig, 1984: 7).

## II.2. MODELOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Foi desta insatisfação teórica que decorreu, oitos anos depois da publicação do primeiro artigo (Grunig, 1976), uma nova representação modelar e, necessariamente, simplificada das RP, a qual pretendia explicar, a partir da relação entre três variáveis – o ambiente macro envolvente, as organizações e os departamentos/praticantes de RP –, “as formas típicas através das quais as relações públicas contemporâneas são praticadas” (Grunig, 2001: 11).

Os dois modelos iniciais deram, conseqüentemente, lugar a quatro modelos de RP, que foram inicialmente expostos no seminal livro *Managing Public Relations* (Grunig e Hunt, 1984) e num artigo publicado, também em 1984, no jornal *Public Relations Research & Education*<sup>76</sup> (Grunig, 1984). Tais modelos receberam dos seus autores as seguintes denominações<sup>77</sup>: Agente de Imprensa/Publicista, Informação Pública, Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico.

Importa salientar que a proposição destes modelos pretendeu também, em parte, responder ao repto lançado em 1982 pela International Public Relations Association (IPRA), entidade que almejava estabelecer, a nível mundial, um novo modelo de ensino das RP, norteado por três principais objetivos: o alicerçamento académico nas ciências sociais, a conjugação da teoria com a prática profissional e, finalmente, dotar as RP de uma dimensão mais analítica (Grunig e Hunt, 1984: v). Tal desiderato era, todavia, dificultado pela ausência de uma teoria global sobre as RP, o que levou Grunig e Hunt a recorrer a uma conceptualização com base na teoria de sistemas, da qual são considerados dois dos primeiros teóricos (Tench e Yeomans, 2006). Refira-se, ainda, que presidiu originalmente aos modelos uma função essencialmente histórica, isto é, a representação diacrónica do desenvolvimento das RP nos Estados Unidos:

Acreditamos que a história das relações públicas pode ser descrita através de quatro modelos da prática de relações públicas e por uma fase da história das relações públicas em que os comunicadores que não se consideravam profissionais de relações públicas praticavam "atividades do tipo das relações-públicas" (Grunig e Hunt, 1984: 13).

---

<sup>76</sup> Posteriormente rebatizado *Journal of Public Relations Research*.

<sup>77</sup> Adotámos a tradução efectuada por Pereira (2010), diferente da de Gonçalves (2010), que usa os designativos “Assimétrico bidirecional” e “Simétrico bidirecional” (p. 26). De facto, muito embora ambas as traduções sejam legítimas, existindo na língua inglesa o termo “bidirecional”, o facto de Grunig e Hunt (1984) terem preferido utilizar o termo “Two-way” deve, em nossa opinião, ser respeitado na tradução para português, mantendo-se esta última nomenclatura.

Os modelos ajudam-nos a compreender diferentes fases na história das relações públicas porque as relações públicas parecem ter passado por fases que se assemelham aos quatro modelos (*id.*, p. 14).

O facto mais relevante é que os novos modelos de RP resolveram uma incongruência dos anteriores dois modelos, revelada pelo trabalho empírico de Grunig (1976). Com efeito, tal pesquisa não só invalidara a assunção de que “toda a comunicação de uma-via tem de ser manipuladora ou assimétrica e que toda a comunicação de duas-vias será informativa e simétrica”<sup>78</sup> (Grunig, 1984: 8), como evidenciara, pelo contrário, que a comunicação de uma-via (base do modelo sincrónico) podia ser informativa e que a comunicação de duas-vias (modelo diacrónico, promotor de equidade comunicativa entre emissor e recetor) podia ser utilizada pelas organizações para manipularem os seus públicos. Tal levou à conclusão de que o comportamento das RP “parece variar através de duas dimensões independentes e não de uma – uma-via vs. duas-vias e assimétrica vs. simétrica” (*id.*, *ibid.*).

Foi precisamente a combinação das referidas dimensões dicotómicas que esteve, originalmente, na base dos quatro modelos de RP, entendendo-se por via<sup>79</sup>, como anteriormente notámos, a direcionalidade do fluxo de comunicação estabelecido entre as organizações e os seus públicos e significando a simetria/assimetria<sup>80</sup> o tipo de efeito pretendido ou resultante da relação comunicacional e quais os seus beneficiários.

O referido efeito pode ser simétrico (a comunicação produz efeitos mutuamente benéficos para organização e para os seus públicos, obtidos através de um processo de adaptação mútua) ou assimétrico (efeitos desiguais, beneficiando apenas a organização, que consegue manipular os públicos para manter a sua independência face ao contexto, sem ter de alterar a sua conduta/atitude).

Assim, à luz da primeira dimensão os modelos do Agente de Imprensa/Publicista e da Informação Pública são ambos de uma só via, ao contrário dos modelos de Duas-vias Assimétrico e de Duas-vias Simétrico. No âmbito da segunda dimensão, os modelos do

---

<sup>78</sup> Esta assunção foi inicialmente formulada pelo autor nos seguintes termos: “(...) como é que os profissionais de relações públicas se comportam no mundo real? Quando é que uns se envolvem numa comunicação informativa e de duas-vias e outros numa comunicação manipuladora de uma-via?” (Grunig, 1976: 1).

<sup>79</sup> A característica que dita a diferença entre um modelo ser de uma-via ou de duas-vias é a existência de pesquisa, a qual nos modelos de uma-via é escassa, rudimentar ou intuitiva, e nos modelos de duas-vias é formativa e avaliativa, baseada em metodologias concretas

<sup>80</sup> Os termos simétrico e assimétrico substituíram a anterior terminologia utilizada por Grunig (1976), tendo correspondência direta, respetivamente, com os conceitos diacrónico e sincrónico (Grunig, 1989).

Agente de Imprensa/Publicista, da Informação Pública<sup>81</sup> e de Duas-vias Assimétrico são tipificados como assimétricos, em oposição ao modelo de Duas-vias Simétrico.

Consequentemente, ao contrário do que sucedia nos primeiros modelos de Grunig (1976), na nova formulação (Grunig e Hunt, 1984; Grunig, 1984), obtida pelo cruzamento das duas referidas dimensões, um modelo pode ser simultaneamente de duas-vias e assimétrico e de duas-vias e simétrico, mantendo-se apenas a impossibilidade da simetria para os modelos de uma só via. A resultante desta construção matricial destaca desde logo o modelo de Duas-vias Simétrico, que conjuga ambos os ideais (duas-vias e simetria) do que veio a designar-se de teoria da simetria, razão pela qual os seus autores o elegeram como normativo para a prática das RP, vendo nele um agente de rutura com o passado das RP:

[...] defendemos a superioridade do que chamamos de modelo de duas-vias simétrico de relações públicas – um modelo baseado na negociação, compromisso e compreensão. Vemos este modelo como um substituto do modelo de persuasão que tem dominado o pensamento sobre as relações públicas quase desde o seu nascimento (Grunig e Hunt, 1984: v).

Estruturalmente, a identidade de cada modelo constrói-se por um conjunto de oito características (cf. quadro II.1.)<sup>82</sup>, seis das quais são definidoras da respetiva tipologia – finalidade, objetivo organizacional, contributo das RP para o objetivo, natureza da comunicação, modelo de comunicação e natureza da pesquisa –, sendo as restantes duas – principais figuras históricas e prática atual – meras descritoras dos profissionais e do tipo de organizações que praticaram cada modelo ao longo da história das RP.

Antes de definirmos separadamente cada modelo, atentemos, porém, nas primeiras seis características que os definem e distinguem e no que cada uma delas pretende representar abstratamente.

1) Ao nível da «finalidade» visa-se tipificar o objetivo a alcançar com a prática de cada modelo, o qual varia entre a propaganda (modelo Agente de Imprensa/Publicista), a disseminação da informação (modelo da Informação Pública) e a compreensão mútua (modelo de Duas-vias Simétrico).

---

<sup>81</sup> Grunig tinha inicialmente considerado este modelo como sendo simétrico nos seus objetivos (Grunig, 1984), revendo posteriormente a sua posição, para passar a considerá-lo também assimétrico, argumentando que “Os praticantes que seguem os modelos agente de imprensa e duas-vias assimétrico pretendem persuadir ou manipular os públicos. Os que seguem o modelo de informação pública alcançam o efeito de manipular os públicos, embora possa não ser essa a sua intenção” (Grunig, 1989: 30).

<sup>82</sup> Em vez de reproduzirmos o clássico quadro de Grunig e Hunt (1984), optámos por utilizar o quadro de Grunig (1984) por este ser uma atualização e aprofundamento do primeiro, incorporando duas novas características que entendemos ser pertinentes: objetivo organizacional e contributo das RP para o objetivo. Apenas uma das características constantes do quadro de Grunig e Hunt (1984) foi suprimida, a referente à percentagem de organizações que praticavam nos anos 1980 cada um dos quatro modelos.

**QUADRO II.1.: Características dos quatro modelos de RP de Grunig e Hunt (1984)**

<b>Características</b>	<b>MODELOS</b>			
	<b>Agente de Imprensa/Publicista</b>	<b>Informação Pública</b>	<b>Duas-vias Assimétrico</b>	<b>Duas-vias Simétrico</b>
Finalidade	Propaganda	Disseminação de informação	Persuasão científica	Compreensão mútua
Objetivo organizacional	Controlo do ambiente/Dominação	Adaptação ao ambiente/Cooperação	Controlo do ambiente/Dominação	Adaptação ao ambiente/Cooperação
Contributo das RP para o objetivo	Advocacia	Disseminação de informação	Advocacia	Mediação
Natureza da comunicação	Uma-via; verdade total não é essencial	Uma-via; verdade é importante	Duas-vias; efeitos desequilibrados.	Duas-vias; efeitos equilibrados.
Modelo de comunicação	E → R	E → R	E → R ← Feedback	Grupo → Grupo ←
Natureza da pesquisa	Escassa; “contagem de cabeças” <sup>83</sup>	Escassa; legibilidade; número de leitores	Formativa; avaliadora de atitudes	Formativa; avaliadora de compreensão
Principais figuras históricas	P. T. Barnum	Ivy Lee	Edward L. Bernays	Bernays, professores, líderes profissionais
Prática atual	Desporto, teatros, promoção de produtos	Governo, associações não lucrativas, negócios	Negócios competitivos; agências de RP	Negócios regulados; agências de RP

Fonte: adaptado de Grunig, 1984, p. 9.

2) Intimamente ligada a esta característica, e à preocupação de Grunig em correlacionar a prática dos modelos com características das organizações, encontra-se o «objetivo organizacional». De acordo com Grunig (1984), foi derivado dos estudos de Katz e Kahn (1978) sobre psicologia das organizações – particularmente no que se refere à eficácia organizacional e aos conceitos de dominação e interdependência nas relações inter organizacionais –, exprimindo nos modelos o tipo de relação (controlo ou interdependência) que as organizações estabelecem com o ambiente ou meio envolvente (público e outras organizações<sup>84</sup>). Tal relação é tipificada na seguinte dicotomia: Controlo do ambiente/Dominação (modelos Agente de Imprensa/Publicista e Duas-vias Assimétrico) vs. Adaptação ao ambiente/Cooperação (modelos da Informação Pública e de Duas-vias Simétrico). 3) Ligada, por sua vez, a esta característica, surge o «contributo das RP para o objetivo», que define o tipo de prática de RP utilizada para cumprir o objetivo organizacional e possibilita, desde logo, uma leitura ética: advocacia (prática ligada à persuasão, que, como

<sup>83</sup> O termo usado por Grunig e Hunt (1984) é “counting house”, exprimindo o hábito dos praticantes de RP avaliarem a eficácia das suas iniciativas pela contagem, por exemplo, do número de pessoas que participaram num evento. Daí a tradução desta expressão idiomática por outra similar do idioma português.

<sup>84</sup> É o próprio Grunig (1984) que identifica assim as entidades que integram o meio ambiente de uma organização, muito embora o autor queira também referir-se, provavelmente, ao governo, às entidades de regulação, etc.

vimos, é a antítese do ideal simétrico de Grunig, enquadrando-se nos modelos do Agente de Imprensa/Publicista e de Duas-vias Assimétrico), disseminação de informação (modelo da Informação Pública) e mediação (prática em linha com o papel que Grunig atribui, normativamente, aos praticantes de RP, encontrando-se associada ao modelo de Duas-vias Simétrico). 4) No que concerne à «natureza da comunicação» observável em cada modelo, descreve-se não só a direccionalidade do fluxo comunicativo estabelecido entre uma organização e os seus públicos (que, conforme observado anteriormente, é definida como de uma ou de duas-vias), mas também o grau de autenticidade da mensagem comunicada (aplicável aos modelos do Agente de Imprensa/Publicista e da Informação Pública) e o equilíbrio/desequilíbrio dos efeitos produzidos pelo processo comunicacional (aplicável aos modelos de Duas-vias Assimétrico e de Duas-vias Simétrico). 5) Análoga a esta, a característica «modelo de comunicação» pretende tipificar o aludido processo comunicacional configurado por cada modelo de RP – inscrevendo-o no cômputo da formulação e da terminologia clássica dos modelos de comunicação de massas, nomeadamente o seminal modelo de Shannon e Weaver (1949) – ao nível dos seus intervenientes e da relação que estabelecem entre si, o qual pode ser linear e limitado (a comunicação flui do emissor para o recetor, como sucede nos modelos do Agente de Imprensa/Publicista e da Informação Pública), retroalimentado (a comunicação flui do emissor para o recetor mas com um *loop* de *feedback*<sup>85</sup>, como sucede no modelo de Duas-vias Assimétrico) ou negociado/dialogante (a comunicação estabelece-se entre dois grupos que desempenham, simultaneamente, os papéis de emissor e recetor, como é o caso do modelo de Duas-Vias Simétrico). 6) Finalmente, a dimensão «natureza da pesquisa»<sup>86</sup> pretende enquadrar, para cada modelo, a frequência das pesquisas e o tipo de pesquisa<sup>87</sup> realizada, demonstrando claras diferenças quantitativas e qualitativas entre dois grupos de modelos: Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública (em ambos a pesquisa é reduzida e circunscrita à descodificação da mensagem), e Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico (que traduzem uma investigação mais alargada, formativa e avaliadora das atitudes dos públicos ou da compreensão das mensagens por parte daqueles). Por outro lado, *Dozier et al.* (1995), distingue ainda os modelos quanto à sua utilização de dois tipos

---

<sup>85</sup> De notar que Grunig e Hunt (1984) usam o termo *feedback* para significar não um verdadeiro diálogo entre emissor e recetor, mas sim o facto de o emissor obter informação sobre o recetor através de pesquisa.

<sup>86</sup> A importância da pesquisa (e a sua natureza e tipologia) como definidora dos modelos é expressa assim por Grunig e Hunt (1984): “geralmente, é fácil identificar qual o modelo em que encaixa um determinado praticante de RP ao ver se ele ou ela usa a pesquisa e o tipo de pesquisa que ele ou ela usa” (p. 40).

<sup>87</sup> De acordo com *Dozier et al.* (1995), a pesquisa pode ser de prospecção (utilizada pelo praticante de RP para aferir o ambiente envolvente de uma dada organização e para identificar o status-quo dos diferentes públicos face às políticas da mesma) ou de avaliação (medir o impacto e eficácia da comunicação junto dos públicos).

diferentes de pesquisa<sup>88</sup>: estratégica (associada aos modelos de Duas-vias Assimétrico e de Duas-vias Assimétrico) e tática (modelos do Agente de Imprensa/Publicista e da Informação Pública). Nesse sentido, afirma:

Entendemos por *pesquisa estratégica* a capacidade de, sistematicamente, recolher informação credível sobre pequenos e grandes públicos que afetam uma organização, de organizar essa informação de uma forma adequada e de partilhar essa informação com a coligação dominante de forma a melhorar as decisões estratégicas.

A pesquisa estratégica difere da *pesquisa tática*, familiar a muitos comunicadores. A pesquisa tática significa a capacidade para recolher informação de forma a gerar ou distribuir mensagens. A verificação de factos para um comunicado de imprensa ou a recolha de informação literária para ajudar a escrever o relatório anual são formas de pesquisa tática. (Dozier *et al.*, 1995: 42).

Como vimos, os modelos desenvolvem-se e diferenciam-se, principalmente, através da combinação de duas dimensões dicotómicas (Grunig, 1984), uma relativa ao fluxo de comunicação – representada na direção da comunicação (uma via versus duas-vias) – e outra relativa aos efeitos pretendidos com a comunicação – referente ao equilíbrio na relação comunicacional estabelecida com os públicos (simetria versus assimetria), às quais se soma uma terceira dimensão (L. Grunig *et al.*, 2002), relativa às técnicas de comunicação (mediadas ou interpessoais).

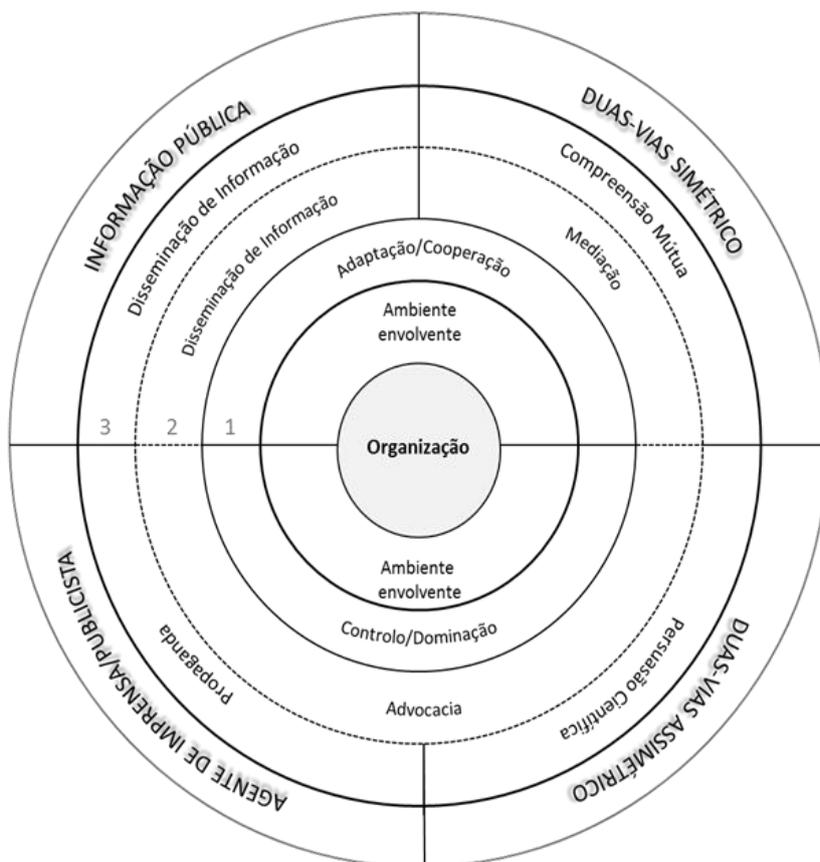
Distinguem-se também quanto aos objetivos prosseguidos pelas organizações na sua relação com o ambiente envolvente (adaptação e cooperação versus controlo/dominação), quanto ao contributo da prática de RP para a concretização desse objetivo (advocacia, disseminação de informação ou Mediação) e quanto à finalidade das RP (propaganda, disseminação de informação, persuasão científica e compreensão mútua), características que se encontram expostas, esquematicamente, na Figura II.2., através, respetivamente, dos níveis 1, 2 e 3.

Além deste conjunto de características, importa desde já estabelecer uma síntese global dos modelos enquanto construção teórica, o que faremos alicerçando-a na literatura científica que lhes foi, especificamente, dedicada ao longo dos últimos 30 anos por parte de James E. Grunig, o autor dos modelos, por Larissa A. Grunig, David M. Dozier e também por Magda Pieczka, esta última numa assumida perspetiva crítica face aos modelos.

---

<sup>88</sup> Dozier *et al.* (1995) nota que mesmo que a pesquisa tática utilize métodos científicos para o efeito, o seu propósito será tático, nomeadamente a realização de um estudo com o propósito específico de obter cobertura mediática para um determinado ponto de vista ou objetivo.

**FIGURA II.2.: Diagrama resumo de três características dos quatro Modelos de RP no que se refere à natureza e ao tipo de relação estabelecida com o meio envolvente e com os públicos**



Fonte: esquematização do autor a partir de Grunig, 1984 e Grunig e Hunt, 1984.

Nesse sentido, podemos concluir que os modelos são:

- *Conceptualmente sistémicos*, porque baseados na teoria de sistemas (Grunig e Hunt, 1984; Grunig e Grunig, 1989) e na necessidade de adaptação entre sistemas;
- *Teoricamente positivos e normativos*, na medida em que tanto descrevem a prática das RP nas organizações (J. Grunig e L. Grunig, 1992; Grunig, 2001; L. Grunig et al., 2002) como procuram prescrever “a mais adequada forma de relações públicas para os seus ambientes” (Grunig e Grunig, 1989: 29), elegendo, ainda, o Modelo de Duas-vias Simétrico como “o ideal normativo para a prática das relações públicas” (L. Grunig et al., 2002: 377);
- *Conjeturalmente específicos*, associando-se a cada modelo um conjunto de pressuposições derivado de diferentes teorias de pesquisa em RP<sup>89</sup> (Grunig, 1989: 33);

<sup>89</sup> Grunig (1989) associou a cada modelo um conjunto de pressuposições derivadas de diferentes escolas/tradições de pesquisa, identificando o Modelo do Agente de Imprensa/Publicista com as “técnicas

- *Historicamente diacrónicos e sucedentes*, na medida em que “representam etapas de desenvolvimento na história das relações públicas” (Grunig e Hunt, 1984: 25), desde o século XIX até à atualidade, com cada modelo a representar uma etapa sucessiva;
- *Funcionalmente sincrónicos*, porque todos os modelos são passíveis de ser praticados em simultâneo num mesmo período de tempo (Grunig, 1984);
- *Normativamente evolutivos*, advogando Grunig (1989) a evolução da praxis de RP de modelos menos ‘sofisticados’ de uma-via (Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública) para modelos mais ‘sofisticados’ de duas-vias (Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico)<sup>90</sup>;
- *Sistemicamente diferenciados*, pois no âmbito da teoria dos sistemas, os modelos do Agente de Imprensa/Publicista e da Informação Pública traduzem um sistema fechado enquanto os modelos Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico refletem um sistema aberto (Dozier e L. Grunig, 1992; Pieczka, 1996a):
- *Operacionalmente matriciais*, considerando que as organizações e os praticantes de RP podem mover-se de um para o outro ou praticá-los com maior ou menor profundidade (Grunig, 1989);
- *Estrategicamente contingenciais e situacionais*, na medida em que diferentes contextos organizacionais e macro aconselham a prática de diferentes modelos<sup>91</sup> (Grunig e Hunt, 1984: 43) e que as “organizações usam diferentes modelos como estratégias para lidar com diferentes públicos ou diferentes problemas” (Grunig, 1989: 56);
- *Gradativamente eficazes*, atendendo a que de acordo com Grunig<sup>92</sup> (1992b: 18) os modelos podem ser agrupados em menos eficazes (Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública) e mais eficazes (Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico),

---

propagandísticas “ (p. 34), o Modelo da Informação Pública com as “escolas de jornalismo” (*id.*), o Modelo de Duas-vias Assimétrico com “o estudo científico da mudança de atitudes e da persuasão” (*id.*) e o Modelo de Duas-vias Simétrico com a coorientação, a teoria dos sistemas e o liberalismo do grupo de interesse.

<sup>90</sup> O termo superior é utilizado pelos autores dos modelos quando consideram a “superioridade” do modelo Duas-vias simétrico (Grunig e Hunt, 1984: v) e também por Dozier *et al.* (1995), que dividem os modelos em não sofisticados (Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública) e sofisticados (Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico).

<sup>91</sup> Sobre esta questão, veja-se também J. Grunig e L. Grunig (1992), que afirmam que “os modelos de relações públicas variam consoante os tipos de organizações e os programas dentro de cada organização. A variação consoante as organizações ocorre, provavelmente, por razões históricas. Por exemplo, a informação pública [modelo] é mais comum no Governo por causa das restrições históricas colocadas à sua prática neste âmbito. A variação por programas é, provavelmente, de ordem estratégica” (p. 307).

<sup>92</sup> Grunig (1989) cita, a este propósito, um estudo conduzido por L. Grunig (1986), concluindo que a autora recolheu evidências da “ineficácia dos modelos agente de imprensa, informação pública e duas-vias assimétrico na redução de conflitos” (p. 58) entre uma organização e grupos de ativistas, não sem considerar, todavia, a necessidade de maior investigação neste domínio.

notando-se, porém, que entre estes últimos é o Modelo de Duas-vias Simétrico que garante maior eficácia;

- *Eticamente escalonáveis*, sendo o Modelo do Agente de Imprensa/Publicista relativamente “não ético” (L. Grunig *et al.*, 2002: 349), o Modelo da Informação Pública “geralmente mais ético do que o modelo do agente de imprensa” (*id.*, p. 350), podendo o Modelo de Duas-vias Assimétrico ser “praticado de forma ética ou não ética” (*id.*, *ibid.*) e sendo o Modelo de Duas-vias Simétrico “quase sempre ético” (*id.*, *ibid.*);
- *Ideologicamente dependentes*, já que as “pressuposições dos modelos funcionam como parte da ideologia de uma organização” (Grunig, 1989: 31);
- *Existencialmente mensuráveis*, tal como evidenciado por Grunig (1984), que demonstrou a possibilidade de aferir, quantitativamente, a correspondência dos modelos com efetivas práticas de RP no contexto organizacional – e *profissionalmente distintos*, consubstanciando os modelos de uma via (Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública) uma prática artesanal de RP, “significando que as técnicas de comunicação são utilizadas para gerar mensagens, como se as mensagens fossem um fim em si mesmas” (Dozier *et al.*, 1995: 42) e sendo os modelos de duas vias (Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico) “baseados num corpo de conhecimento e num conjunto de técnicas utilizadas para objetivos estratégicos: gerir conflitos e construir relações com os públicos” (*id. Ibid.*)

Os quatro modelos traduzem também mudanças substanciais na forma de ver o público por parte dos praticantes de RP e das organizações. Assim, no Modelo do Agente de Imprensa/Publicista o público é uma entidade imatura e passível de ser enganada em benefício dos interesses da organização, no Modelo da Informação Pública passa a ser visto como uma entidade com direito à informação e à verdade, no Modelo de Duas-vias Assimétrico é uma entidade que importa conhecer para melhor moldar aos interesses da organização e no Modelo de Duas-vias Simétrico é entendido como uma entidade em plano de igualdade com a organização, com o qual importa dialogar para atingir a compreensão mútua. É de referir, ainda, que o diálogo existente, entre organizações e públicos, nos modelos de duas-vias (os únicos que de facto o promovem) é estritamente técnico, sendo mediado por instrumentos de pesquisa e não pela comunicação interpessoal.

### II.2.1. Modelo do Agente de Imprensa/Publicista

Este modelo, o primeiro na perspetiva histórica diacrónica concebida por Grunig e Hunt (1984), recebeu tal designação por enquadrar as práticas iniciadas e desenvolvidas pelos

agentes de imprensa/publicistas durante o período que decorre entre 1850<sup>93</sup> e 1900, abrangendo dois momentos específicos.

O primeiro deles remonta aos anos 1830 e prende-se com o início da atividade daqueles que são considerados, formalmente, os primeiros “especialistas de relações públicas” (Grunig e Hunt, 1984: 27). As origens da sua então nova ocupação profissional<sup>94</sup> ficaram associadas ao despontar da penny press<sup>95</sup>, ocorrida também ela na década de 1830 e materializada na fundação de jornais como o *Sun* (Grunig e Hunt, 1984). Entre os principais e pioneiros agentes de imprensa/publicistas contam-se várias personalidades, as quais exerceram a sua atividade em contextos tão diversos como a esfera presidencial, como sucedeu com Amos Kendall<sup>96</sup> ao servir o presidente Andrew Jackson, a oposição política, de que é exemplo Mathew St. Clair Clarke, grupos de proprietários de terras que procuravam a fixação de populações, como foi o caso de Daniel Boone, a promoção de celebridades do mundo do espetáculo e o suporte a causas sociais. Um dos mais emblemáticos e representativos das práticas deste período – e que o modelo em causa procura refletir, elencando-o como sua principal figura histórica – foi Phineas T. Barnum, que desenvolveu a atividade de adido de imprensa em prol do seu circo<sup>97</sup>, recorrendo, não raras vezes, a inverdades, que disseminava junto dos jornais (Grunig e Hunt, 1984), o que levou alguns autores a designar este período de era de “The Public be Fooled” (Goldman, 1948: 1).

O modelo do Agente de Imprensa/Publicista englobou ainda um segundo período no desenvolvimento da referida ocupação profissional. Com efeito, o progresso económico, empresarial e industrial que caracterizou os EUA do último quartel do século XIX, no intervalo temporal compreendido entre 1875 e 1900, gerou grandes magnatas – nomeadamente nos transportes, como William Vanderbilt – cuja cultura de negócios evidenciava pouco respeito pelo público e uma escassa vontade de comunicação (Grunig e Hunt, 1984). Tal posicionamento gerou, porém, o criticismo do governo e de grupos de trabalhadores, o que levou as empresas a recorrerem aos agentes de imprensa, cujos serviços já utilizavam, previamente, na promoção dos seus produtos.

---

<sup>93</sup> A baliza temporal referida pelos autores abrange os anos 1850 a 1900. Porém, os mesmos autores situam, taxativamente, em 1830 o início da atividade dos agentes de imprensa (Grunig e Hunt, 1984). Ainda assim, optámos por manter o referido intervalo temporal, partindo do princípio que os anos 1830 são a origem de uma atividade que se poderá ter consolidado a partir da década de 1850.

<sup>94</sup> Não queremos designar como profissão a atividade desenvolvida inicialmente pelos agentes de imprensa pois o termo profissão obriga, no âmbito da sociologia das profissões, à presença de vários requisitos cuja observância não estamos em posição de aferir e que não faria sentido investigar ou desenvolver, por escaparem ao âmbito da presente investigação.

<sup>95</sup> Jornais de preço reduzido e acessível às classes socioeconómicas mais baixas dos EUA (Schudson, 1978).

<sup>96</sup> É significativo o facto de Kendall ter como antecedente profissional o cargo de editor de um jornal do Kentucky, o que lhe conferia ampla experiência no âmbito da imprensa.

<sup>97</sup> Barnum & Bailey Circus (Grunig e Hunt, 1984).

Face a um tal contexto histórico, as RP praticadas no âmbito do modelo do Agente de Imprensa/Publicista caracterizam-se, conseqüentemente, por visar a propaganda como meta do relacionamento estabelecido entre uma organização (emissor) e os seus públicos (recetor) e por um fluxo de comunicação unidirecional (da organização para os seus públicos) no âmbito do qual a verdade total sobre a organização, produtos ou serviços não surge como importante ou como um capital a defender.

O modelo de comunicação presente tem o emissor como sujeito único do processo comunicacional e o recetor como seu destinatário passivo, pelo que o efeito da comunicação é unilateral, afetando, ou impactando, apenas o recetor. Relativamente à pesquisa utilizada neste modelo ela é não só diminuta, mas também rudimentar ou elementar:

[...] os agentes de imprensa/publicistas raramente recorrem à pesquisa, a não ser que seja uma observação informal sobre se os seus materiais de divulgação<sup>98</sup> foram utilizados pelos media. Por vezes, também podem "contar cabeças" para ver se angariaram pessoas para participar num evento que tenham promovido ou para comprar produtos ou serviços (Grunig e Hunt, 1984: 24).

Quando da conceção deste modelo, no início dos anos 1980, Grunig e Hunt (1984) identificaram que o mesmo estava presente, sectorialmente, no desporto, nas artes (teatro e cinema) e também na atividade empresarial, muito especificamente na promoção de produtos por parte dos departamentos de publicidade organizacionais, sendo praticado por 15% das organizações norte-americanas. Os referidos autores ressaltaram, no entanto, que a prática atual do modelo difere das práticas observadas no século XIX (Grunig e Hunt, 1984: 25).

## II.2.2. Modelo da Informação Pública

Na perspetiva diacrónica que presidiu à conceção dos modelos pela sua dupla aitoral, ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista sucedeu o modelo da Informação Pública, o qual pretende descrever as práticas de RP compaginadas entre os anos 1900 e 1920.

Historicamente, as referidas décadas foram marcadas pela existência de grandes conglomerados empresariais, pela concentração da riqueza e pelo controle do governo por parte dos grandes negócios e magnatas, gerando um comportamento empresarial excessivo e, fundamentalmente, focado nos lucros, mais do que nas pessoas (Grunig e Hunt, 1984).

Tal desequilíbrio económico, político e social teve como contraparte a tentativa de regulação empresarial por parte do Governo norte-americano e, sobretudo, a emergência de

---

<sup>98</sup> O termo utilizado por Grunig e Hunt (1984) é "publicity", o qual, à semelhança de Pereira (2010: 35), traduzimos como 'divulgação'.

um jornalismo delatário<sup>99</sup>, ávido de denunciar publicamente os abusos e excessos cometidos por organizações públicas e privadas.

Foi em reação a este fenómeno informativo que a comunidade empresarial adotou um novo modelo de RP: “As instituições estabelecidas precisavam de um novo tipo de relações públicas para responder à guerra de publicity que lhes era dirigida, algo mais do que o branqueamento do agenciamento de imprensa ou o silêncio da atitude o-público-que-se-dane” (Grunig e Hunt, 1984: 31).

Entre os cultores deste novo tipo de RP contou-se Ivy Lee, a principal figura histórica associada ao Modelo da Informação Pública. Este antigo jornalista estabeleceu desde logo o paradigma global do referido modelo, a começar pela sua atividade profissional de origem, pois tal como Grunig e Hunt (1984) notaram, “mesmo hoje em dia, a maioria dos praticantes do modelo de informação pública começou como repórteres; tal como dito anteriormente, atuam, essencialmente, como jornalistas em residência numa organização” (p. 35). Mais definidoras do modelo foram as inovadoras práticas que Ivy Lee desenvolveu no âmbito das duas agências de RP que fundou nos anos 1900 e 1910, nomeadamente a Declaração de Princípios que enviou à imprensa quando, em 1906, interveio, como consultor da Anthracite Coal Roads and Mine Company, numa greve de trabalhadores do Estado da Pensilvânia. Nesse documento ficaram estatuídos alguns dos pilares federadores deste modelo, nomeadamente a transparência de atuação por parte dos praticantes de RP, a distinção das RP face à publicidade, o primado do rigor e da veracidade da informação providenciada aos jornalistas, o princípio da verificação dos factos por parte da imprensa e o culto da disponibilidade para colaborar com repórteres e editores. Importante foi, igualmente, a convicção de Ivy Lee de que o consultor de RP devia, simultaneamente, interpretar o cliente para o público e interpretar o público para o cliente, mas também a sua utilização intensiva do comunicado de imprensa. Segundo Grunig e Hunt (1984), “Lee fez um uso mais extensivo do folheto do que alguém antes dele e por isso sofreu, frequentemente, a ira da imprensa. Mas Lee fez o comunicado de imprensa respeitável” (p. 33).

Além de Ivy Lee, este modelo foi praticado por outros publicistas da época, nomeadamente Pendleton Dudley, também ele fundador de uma agência de RP. No âmbito organizacional, o Modelo da Informação Pública tendeu a ser adotado por antigos jornalistas investidos em funções de RP, como foi o caso de Arthur Page – contratado em 1927 para a estrutura de RP da American Telephone & Telegraph Co. (AT&T) –, que, à semelhança de Lee, advogava a importância e o dever de abertura das empresas à comunicação. Mas se

---

<sup>99</sup> O termo original é muckraking, que significa um jornalismo que procura expor publicamente condutas dúbias ou desviantes.

Ivy Lee primou pela ausência de investigação como base da sua prática, Page, por seu turno, recorreu às sondagens de opinião.

O Modelo da Informação Pública, ao englobar estas práticas diferenciadas, mas convergentes, caracteriza-se por visar a disseminação de informação<sup>100</sup> – sobretudo através de comunicados de imprensa – por via de uma comunicação de natureza unidirecional, isto é, estabelecida no sentido da organização para os seus públicos, mas em que a verdade é importante, fazendo eco do paradigma iniciado por Ivy Lee. Caracteriza-se, igualmente, por, à semelhança do Modelo do Agente de Imprensa/Publicista, espelhar um modelo de comunicação centrado no emissor, o que desenha uma interação desequilibrada entre os sujeitos do processo comunicacional. Consequentemente, os efeitos do referido processo tendem a impactar apenas o recetor, inexoravelmente remetido para tal papel.

Um dos pontos de distinção deste modelo face ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista é a importância atribuída à investigação, que, embora escassa, incide em duas dimensões: qualitativa (visa avaliar a legibilidade da mensagem por parte dos públicos) e quantitativa (pretende determinar os índices de leitura das mensagens por parte dos públicos).

Este é, pois, um modelo muito centrado nos media, isto é, cujo processo de comunicação se operacionaliza, sobretudo, através dos meios de comunicação social, sendo a sua prática associada por Grunig e Hunt (1984) aos órgãos de Governo, às associações sem fins lucrativos e ao mundo dos negócios. De acordo com os referidos autores, o modelo representava a prática de RP adotada por 50% das organizações em atividade nos EUA dos anos 1980.

### II.2.3. Modelo de Duas-vias Assimétrico

Grunig e Hunt (1984) situaram a origem deste modelo nas atividades de propaganda desenvolvidas pelos Estados Unidos durante a Primeira Guerra Mundial, salientando a sua componente de conhecimento científico como essencial para persuadir os cidadãos norte-americanos para o apoio ao esforço de guerra. A baliza temporal que enquadra o referido modelo abrange cerca de 50 anos, prolongando-se desde a década de 1920 até, sensivelmente, à década de 1970.

Encontramos em 1917 as raízes das primeiras práticas que o definem, ano em que os EUA entraram formalmente na guerra, tendo criado a sua “agência de propaganda” (Grunig e Hunt, 1984: 37), denominada Committee on Public Information (CPI), para cuja direção foi

---

<sup>100</sup> Muito significativamente, Grunig e Hunt (1984) associam aos objetivos deste modelo o termo informação e já não, como sucedeu no Modelo do Agente de Imprensa/Publicista, o termo propaganda, introduzindo assim um importante ponto de distinção entre ambos os modelos.

nomeado George Creel, um antigo jornalista. Apesar da designação de tal agência poder, aprioristicamente, inscrever as respetivas atividades no Modelo da Informação Pública, tal filiação é negada pela sua utilização, ainda que involuntária, de “princípios psicológicos da persuasão de massas” (Grunig e Hunt, 1984: 38). De acordo com Curtis D. MacDougall, “o que o comité fez foi codificar e padronizar ideias já correntes e juntar-lhes a força poderosa das emoções que lhes estavam subjacentes” (*apud* Grunig e Hunt, 1984: 38). Mais do que isso, “sugeriu a uma nova geração de praticantes de relações públicas que a persuasão das massas era possível e que podia ter a sua base nas ciências sociais” (*Id.*, *Ibid.*).

Entre os novos praticantes de RP encontrava-se Edward L. Bernays, que não só colaborou no CPI, como era também sobrinho de Sigmund Freud, evidenciando interesse pelo comportamento humano e pelo conhecimento da sua psique. A importância de Bernays no âmbito das RP coloca-se, resumidamente, nos seguintes termos:

Dissemos, anteriormente, que as relações públicas eram uma arte para Ivy Lee e uma ciência para Edward Bernays. Bernays foi o intelectual dos primeiros praticantes de relações públicas. Escreveu o primeiro livro sobre relações públicas em 1923, *Crystallizing Public Opinion*, no qual articulou o conceito de aconselhamento em relações públicas. Em 1928, escreveu o seu segundo livro, *Propaganda*, e em 1952, o manual *Public Relations*.

Bernays lecionou também o primeiro curso de relações públicas na universidade, em 1922, na Universidade de Nova York, onde era professor a tempo parcial em jornalismo, e ministrou um curso na Escola de Comércio e Finanças (Grunig e Hunt, 1984: 39).

Em face do documentado interesse de Bernays pelas teorias das ciências sociais e do comportamento e, também, pelo seu papel como teórico pioneiro das RP, fazendo-as transitar de arte para ciência, Grunig e Hunt (1984) atribuíram-lhe o estatuto de figura histórica representativa do modelo de Duas-vias Assimétrico<sup>101</sup>. Com efeito, este modelo tem como propósito a persuasão científica das massas, visando “atingir a maior mudança possível nas atitudes e comportamentos” (Grunig e Hunt, 1984: 23). Uma das suas características é uma comunicação de natureza bidirecional, ou de duas vias, que podia ser encontrada nas práticas e no pensamento de Bernays face às RP:

Tal como Ivy Lee fizera, Bernays salientou a importância de comunicar ao management o ponto de vista do público. Na prática, porém ambos se empenharam muito mais em explicar aos públicos a visão do management. Bernays ingressou nas relações públicas num momento em que a maioria das pessoas acreditava no poder da persuasão das massas. Muitos acreditavam que os públicos podiam ser persuadidos em qualquer direção que o propagandista desejasse, mas Bernays sabia que os públicos podiam apenas ser persuadidos a fazer aquilo que fosse no sentido do seu melhor interesse. Sabia, também, que devia persuadir o

---

<sup>101</sup> Também referido como modelo de Bernays.

management a fazer o que fosse do interesse do público antes de conseguir persuadir o público a aceitar a organização (Grunig e Hunt, 1984: 39-40).

A referida dupla via comunicacional é uma das principais características que distingue o presente modelo dos anteriores, cuja natureza da comunicação era de uma só via, isto é, no sentido do emissor para o recetor. Contudo, apesar do modelo de comunicação que lhe está subjacente (cf. quadro II.1.) ser baseado num certo diálogo entre emissor e recetor, o *feedback* que o primeiro obtém do segundo não configura um diálogo autêntico, mas sim um mecanismo utilizado para o persuadir e controlar, mais do que para alterar o seu próprio comportamento. É nessa medida que outra das características das RP praticadas no âmbito do Modelo de Duas-vias Assimétrico é uma comunicação de efeitos desequilibrados em favor do emissor (organização) face ao recetor (público), o que lhe conferiu a componente assimétrica. Esse desequilíbrio estava, de resto, patente na atividade profissional de Bernays, tipicamente desenvolvida no plano assimétrico, ainda que considerasse os interesses do público<sup>102</sup>.

Na base deste modelo encontra-se o investimento na pesquisa, “uma importante componente das modernas relações públicas” (Grunig e Hunt, 1984: 24), a qual assume duas tipologias complementares e diacrónicas entre si: formativa e avaliadora<sup>103</sup>. A primeira situa-se a montante do processo de comunicação e serve o propósito da definição de objetivos a atingir e do planeamento das mensagens a comunicar para o efeito, consistindo na obtenção de informação sobre os públicos a impactar, nomeadamente no que se refere à sua opinião sobre uma organização ou assunto, informação essa que é utilizada para moldar os conteúdos comunicacionais. A segunda, pelo contrário, opera a jusante, permitindo avaliar o cumprimento dos objetivos alcançados mediante o processo de comunicação, aferidos ao nível da mudança de atitudes e de comportamentos por parte dos recetores/públicos.

A análise do tipo de atividade desenvolvida pelos praticantes de RP que Grunig e Hunt (1984) identificaram com o Modelo de Duas-vias Assimétrico depara-se, sobretudo, com consultores de RP – como Bernays, Rex Harlow e John W. Hill –, mas não inclui, porém, a

---

<sup>102</sup> Segundo Grunig e Hunt (1984), “Bernays destacou, constantemente e sinceramente, o papel das relações públicas na proteção do público e do bem-estar social. Mas, tal como outros praticantes do modelo de duas-vias assimétrico, na maioria das vezes desempenhou esse papel descobrindo o que o público apreciava numa organização, para realçar seguidamente esse aspeto da organização, ou determinando quais os valores e atitudes dos públicos para, em seguida, descrever a organização de uma forma que se adequasse a esses valores e atitudes. Bernays designou essas estratégias de ‘cristalização da opinião pública’ e ‘engenharia do consentimento’” (p. 40).

<sup>103</sup> Estudos posteriores (Grunig, 1989) evidenciaram uma correlação maior deste modelo com a pesquisa avaliadora e também com métodos formais.

prática em contexto empresarial e organizacional. Aliás, Grunig e Hunt (1984) fizeram, originalmente, corresponder a prática deste modelo não só às agências de RP, mas também aos negócios competitivos, estimando que o mesmo seria praticado por 20% das organizações.

#### II.2.4. Modelo de Duas-vias Simétrico

Historicamente, as origens do Modelo de Duas-vias Simétrico encontram-se nos anos 1960 e 1970. Este é, portanto, não só o mais recente dos quatro modelos, mas, significativamente, também aquele cujas raízes “são mais difíceis de atribuir a um dado profissional individual de RP” (Grunig e Hunt, 1984: 42).

A problemática envolvida nesta questão prende-se com o facto de figuras como Ivy Lee, Edward L. Bernays e John Hill apresentarem o que podemos designar de inconsistência ou ambivalência conceito-profissional, materializada na divergência entre o seu conceito/definição de RP (que apela à simetria e dela faz eco<sup>104</sup>) e o modelo que, de facto, envolveu a sua prática profissional neste âmbito (mais próxima dos modelos da Informação Pública e de Duas-vias Assimétrico).

A génese do modelo de Duas-vias Simétrico vai, pois, encontrar-se, ao contrário dos demais que o antecederam, no mundo académico, nomeadamente através dos professores Scott M. Cutlip e Allen Center, coautores do livro *Effective Public Relations* (1952), obra seminal no ensino das RP, que “advogava o modelo simétrico de duas vias” (Grunig e Hunt, 1984: 42), mas também em consultores, como David Finn e Harold Burston.

O propósito das RP praticadas no âmbito deste modelo é substancialmente diferente dos três outros modelos na medida em que o mesmo visa já não persuadir, mas sim alcançar ou contribuir para a compreensão mútua entre as organizações e os seus públicos. O referido objetivo origina uma mudança substancial no papel dos praticantes deste modelo, os quais passam a ser “mediadores entre as organizações e os seus públicos”, e também na sua prática profissional: “esses profissionais podem, também, usar a teoria e os métodos das ciências sociais, mas habitualmente usam as teorias da comunicação, mais do que as teorias da persuasão, para o planeamento e a avaliação das relações públicas” (Grunig e Hunt, 1984: 22).

Tais características, que podem explicar-se, pelo menos parcelarmente, pelas origens particulares deste modelo, situadas, como vimos, no âmbito académico, contribuem para

---

<sup>104</sup> A sua conformidade com a simetria pode ser observada nas suas assunções sobre o que devia ser a prática das RP, as quais incluíam “contar a verdade”, “interpretar o cliente e o público um para outro” e “a compreensão do ponto de vista dos empregados e vizinhos pela gestão bem como a compreensão do ponto de vista da gestão pelos empregados e vizinhos” (Grunig e Hunt, 1984: 42).

conferir ao modelo a natureza normativa que Grunig e Hunt lhe atribuíram. Com efeito, desde a sua propositura, em 1984, o Modelo de Duas-vias Simétrico tornou-se o paradigma teórico dominante das relações públicas (Brown, 2010; Gower, 2006), dando origem à teoria da Simetria e a uma nova praxis das RP:

A teoria da simetria procurou reformular as relações públicas, levando-as a passar de uma prática de gestão influente e criativa, para uma prática ética e profissional baseada num sistema de comunicação passível de uma rigorosa avaliação quantitativa e capaz de produzir resultados equitativos, não só para a gestão organizacional, mas também para os seus públicos. Essa visão marcou uma mudança relativamente àquela que tinha sido a perspetiva dominante das relações públicas durante grande parte do século XX: comunicação persuasiva (Brown, 2010: 277).

O carácter simétrico do modelo advém de várias características, nomeadamente as que refletem o seu propósito, conforme já evidenciámos. Assim, ao nível da natureza da comunicação que lhe está associada, o Modelo de Duas-vias Simétrico opera através de uma relação de duas-vias, configurando um cenário dialogante entre os sujeitos do processo de comunicação, os quais estabelecem um intercâmbio de efeitos equilibrados:

Se ocorrer persuasão, a equipa das relações públicas promove o entendimento entre os dois grupos e, contanto que ambos comuniquem o suficiente para compreender a posição do outro, o esforço de relações públicas terá sido bem-sucedido (Grunig e Hunt, 1984: 23).

A referida natureza simétrica deste modelo encontra-se também presente no modelo de comunicação que lhe está associado, o qual atribui ao emissor e recetor um plano de igualdade na génese e no desenvolvimento do processo comunicacional. Com efeito, considerando a dinâmica registada entre ambos, e o facto de a comunicação surgir “como uma transação e nenhum participante poder ser isolado como emissor e o outro como recetor” (Grunig, 1984: 10), os seus autores advogam a inconsistência de se usar, neste modelo, a terminologia clássica para designar os intervenientes no processo de comunicação:

Um modelo simétrico não designaria de fonte ou recetor uma pessoa ou um grupo envolvido num processo de comunicação. Os indivíduos ou grupos que comunicam interagem, mudando tão rapidamente da fonte para recetor e vice-versa, que se torna desadequado falar em fonte e recetor. Em vez disso, é muito mais fácil designar as partes que se comunicam de Pessoa I e Pessoa II ou Grupo I e Grupo II (Grunig e Hunt, 1984: 24).

Finalmente, o tipo de pesquisa realizada pelos praticantes deste modelo é também ela essencialmente simétrica na medida em que procura operacionalizar o objetivo de entendimento mútuo que preside ao modelo de Duas-vias Simétrico. Enquadrável, tal como

no modelo de Duas-vias Assimétrico, em duas tipologias (formativa e avaliativa)<sup>105</sup>, a referida pesquisa visa, sobretudo, obter informação que conduza à adaptabilidade da organização aos seus públicos e ao interesse público. Assim, a pesquisa formativa é utilizada para “aprender como o público percebe a organização e para determinar que consequências a organização tem junto do público” (Grunig e Hunt, 1984: 25), informação que pode ser utilizada para “aconselhar o management na reação pública às políticas e sobre como tais políticas podem ser alteradas para melhor servir o interesse público” (*Id., Ibid.*) e, ainda, “para determinar quão bem os públicos compreendem o management e quão bem o management compreende os seus públicos” (*Id., Ibid.*). Ao nível da investigação avaliativa, o objetivo é determinar “se o esforço de relações públicas aumentou, de facto, o entendimento que os públicos têm da organização e o entendimento que o seu management tem dos respetivos públicos” (*Id., Ibid.*).

Em face do carácter idealista deste modelo, Grunig e Hunt (1984) atribuíram, inicialmente, a sua prática aos sectores e negócios sujeitos à regulação governamental, mas também às agências de RP, estimando, que no total, fosse o mesmo adotado por 15% das organizações.

#### II.2.5. Validação empírica dos modelos como variável dependente

A confiabilidade dos quatro modelos referidos foi alicerçada em estudos empíricos, tendo Grunig, e diversos outros autores que aderiram à teoria, procurado alcançar um duplo objetivo: validá-los como variáveis dependentes de uma teoria organizacional das RP e determinar, igualmente, quais as variáveis independentes suscetíveis de levar uma organização a optar pela prática diferenciada dos modelos.

Tal desiderato permitiria introduzir neste corpo teórico uma importante dimensão de previsão, antecipando, em face de certas circunstâncias, qual o modelo concreto que uma organização tenderia a praticar.

Relativamente ao primeiro objetivo, os estudos realizados por Grunig (1984), e não só, demonstraram a confiabilidade dos modelos como representação simplificada da realidade da prática das RP, tendo levado este investigador a afirmar: “Eles existem realmente na vida real e parecem de facto captar, melhor do que outra teoria concorrente, as variações verificadas no comportamento das relações públicas” (Grunig, 1989: 41). Esta validação comporta, porém, uma importante ressalva: “os quatro modelos funcionam melhor como modelos normativos que especificam como as relações públicas deveriam funcionar em

---

<sup>105</sup> Estudos posteriores (Grunig, 1989) evidenciaram uma correlação maior deste modelo com a pesquisa formativa e também com métodos informais.

diferentes organizações, mas são menos precisos como modelos positivos porque as organizações se desviam da norma teórica” (*Id.*, p. 34).

Outra informação revelada pelos estudos empíricos foi a evidência de que as organizações tendem, maioritariamente, a combinar dois ou mais modelos e que a distinção entre os modelos é maior na teoria do que na prática, operacionalizando-se, sobretudo, na dicotomia relativa ao fluxo de comunicação (uma-via vs. duas-vias) e não tanto em termos do efeito dele resultante (assimetria vs. simetria).

Quanto ao segundo objetivo, Grunig tentou validar ao longo dos anos diversas variáveis independentes – algumas das quais retiradas da sociologia organizacional e da comunicação de massas –, tendo correlacionado os modelos com variáveis de natureza organizacional/ambiental<sup>106</sup> (Grunig, 1984), tecnológica, estrutural, educacional, gestonária, representacional e cultural/ideológica (Grunig, 1989).

Assumiram especial importância as últimas três. De facto, revelaram-se determinantes na teoria de Grunig as variáveis gestonárias (relativas à compreensão e ao apoio conferidos às RP pela gestão de topo das organizações) e, sobretudo, as representacionais e culturais/ideológicas, que se encontram interligadas, pois tanto o poder de representação do departamento de RP na coligação dominante<sup>107</sup> como o tipo de valores<sup>108</sup> adotados pela referida coligação influenciam o modelo de RP adotado pelas organizações (J. Grunig e L. Grunig, 1989).

Neste âmbito, a educação formal e informal do praticante de RP torna-se importante pois é teorizado que quanto maior o seu grau de conhecimentos e de experiência maior a sua probabilidade de participação na coligação dominante e de, conseqüentemente, influenciar o

---

<sup>106</sup> Grunig (1984) elencou quatro variáveis que na sua opinião explicavam os diferentes comportamentos ou práticas de RP, mas também por que razão as organizações combinam modelos e por que misturam práticas de comunicação de marketing com práticas de RP. Duas delas (dimensão da procura e complexidade do conhecimento) inseriam-se no ambiente de produto/serviço de uma organização – explicando o modelo de RP praticado em termos de comunicação de marketing –, e duas outras (constrangimentos e incerteza) inseriam-se no ambiente político/regulatório, evidenciado o modelo de RP praticado, nomeadamente, nas relações com grupos de pressão e entidades reguladoras. Grunig colocou mesmo a hipótese de a simetria depender dos constrangimentos à atuação das organizações e do número de vias de comunicação depender da incerteza. Com base na relação entre estas variáveis, seria possível prever o modelo de RP praticado por cada organização, sendo os desvios face ao modelo previsto explicados pela participação/não participação dos praticantes de RP na coligação dominante nas organizações.

<sup>107</sup> J. Grunig e L. Grunig (1989) utilizam o termo coligação dominante para representar a elite que detém o poder numa organização e que define as políticas, valores e toma decisões, influenciando o modelo de RP utilizado.

<sup>108</sup> A questão dos valores coloca-se nos seguintes termos: “racionalizámos que as coligações dominantes com valores liberais, externos e de inovação tenderiam a escolher um modelo simétrico de relações públicas, e que as coligações com valores conservadores, internos e de eficiência tenderiam a escolher um modelo assimétrico” (J. Grunig e L. Grunig, 1989: 54).

modelo de RP praticado<sup>109</sup>. Por outro lado, não obstante a sua dependência face à ideologia e à cultura organizacionais, os modelos (cf. III.2) são também situacionais, sendo aplicados “como estratégias para lidar com diferentes públicos ou diferentes problemas de relações públicas” (J. Grunig e L. Grunig, 1989: 56). Tal explicaria a aludida combinação de vários modelos por parte das organizações e o facto de uma mesma organização poder utilizar, diacronicamente, diferentes modelos:

Primeiro, eles podem funcionar como uma componente da ideologia que enquadra a seleção das estratégias de relações públicas por parte da coligação dominante. Em segundo lugar, eles podem funcionar como um conjunto de estratégias que os departamentos de relações públicas aplicam em situações específicas. As estratégias podem, contudo, distanciar-se da ideologia, o que explicaria por que as medições dos modelos que usámos até agora evidenciam que as organizações combinam, frequentemente, os modelos nas suas atividades de relações públicas (*id.*, p. 55).

A questão da cultura e ideologia organizacionais levou ainda Grunig (1989) a concluir que a seleção de um dado modelo de RP por parte das organizações depende da sincronização dos seus pressupostos com a visão global que cada organização tem das RP, a qual pode ser assimétrica ou simétrica. Nesse sentido, o autor atribuiu características diferentes à visão assimétrica<sup>110</sup> – que enquadra os modelos do Agente de Imprensa/Publicista, da Informação Pública e de Duas-vias Assimétrico – e à visão simétrica<sup>111</sup>, que enquadra o modelo de Duas-vias Simétrico.

Esta formulação, de base política/ideológica (compaginando uma dicotomia entre conservadorismo/assimetria e liberalismo/simetria<sup>112</sup>) e teórica (Grunig identificou para cada visão de RP as teorias relevantes para a definição dos respetivos pressupostos<sup>113</sup>), encontra-se, no caso dos pressupostos simétricos, na base da Teoria da Simetria:

---

<sup>109</sup> Segundo J. Grunig e L. Grunig, (1989), os diretores de RP “parecem ganhar poder quando possuem os conhecimentos necessários para a prática de um dos modelos de duas-vias e se encontram em organizações cuja coligação dominante valoriza essa especialização. Tal perícia é, contudo, rara entre os praticantes de relações públicas. Consequentemente, poucas organizações podem praticar os modelos normativos que seriam mais adequados aos seus ambientes, mesmo quando a coligação dominante tem valores externos” (p. 55).

<sup>110</sup> Essas características são: orientação interna; sistema fechado eficiência; elitismo; conservadorismo; tradição; autoridade central (Grunig, 1989).

<sup>111</sup> Essas características são: a comunicação leva ao entendimento; holismo; interdependência; sistema aberto; equilíbrio em movimento; igualdade; Autonomia; inovação; descentralização da gestão; resolução de conflitos; liberalismo do grupo de interesse (Grunig, 1989).

<sup>112</sup> Embora os pressupostos assimétricos reflitam “pressupostos politicamente mais conservadores do que liberais, os grupos e organizações liberais também praticam relações públicas assimétricas” (Grunig, 1989: 33).

<sup>113</sup> Nas teorias associadas à visão assimétrica encontram-se os estudos de propaganda (Modelo do Agente de Imprensa/Publicista), jornalismo (Modelo da Informação Pública) e mudança de atitudes, persuasão e retórica

O que é mais importante, no entanto, é o facto do enquadramento fornecido pelas pressuposições simétricas de duas-vias estar a produzir uma teoria original sobre as relações públicas. Não estamos a pedir emprestada a teoria da persuasão ou as teorias da comunicação organizacional. Em vez disso, construímos uma teoria das relações públicas tanto com conceitos de outras tradições de pesquisa como com conceitos que lhe são originais (Grunig, 1989: 40).

Por conceitos originais, entendia Grunig os modelos de RP, colocando a ênfase no Modelo de Duas-vias Simétrico, considerando-o “não só uma abordagem mais moral e ética às relações públicas do que a dos outros modelos, mas também um modelo mais eficaz na prática” (*id. ibid.*) por ser o que “mais contribui para tornar as organizações eficazes” (J. Grunig e L. Grunig, 1992: 292). Na base da eficácia do referido modelo encontra-se a sua superioridade ética, entendendo-se as RP éticas como “o modelo mais eficaz para alcançar os objetivos organizacionais” (*id.*, p. 308):

Acreditamos (...) que o modelo de duas-vias simétrico deve ser o modelo normativo para as relações públicas – que ele descreve como as relações públicas excelentes devem ser praticadas.

Além disso, acreditamos que os quatro modelos descrevem a forma como as relações públicas são realmente praticadas – que eles são uma teoria positiva (descritiva) das relações públicas (*id.*, p. 291).

### II.3. MODELO DE MOTIVAÇÃO MISTA

No início dos anos 1990, os modelos de RP de Grunig receberam um importante contributo de Murphy (1991), que, no contexto da gestão de conflitos supervenientes na relação entre o comunicador e a sua audiência, estudou o fenómeno do “equilíbrio da influência entre uma organização e os seus públicos” (p. 115), procurando determinar qual “a relação adequada” (*id.*, p. 118) que se podia estabelecer entre ambos os sujeitos.

Atendendo a que tal questão tinha sido colocada, academicamente, no âmbito da teoria da simetria, a autora procurou enquadrá-la no âmbito do modelo de Duas-vias Simétrico. Analisando os dados dos estudos de J. Grunig (1989) e L. Grunig (1986) e também o contributo crítico de Olasky (1989), Murphy (1991) observou, porém, que o referido modelo, apesar de considerado “atractivo para uma relação eficaz e ética entre emissores e recetores” (p. 120), potenciando o referido equilíbrio entre organizações e públicos, se revelava “evasivo na prática” (*id. ibid.*), sendo escasso o número dos seus praticantes. Tal incongruência levantou uma importante questão:

---

(Modelo de Duas-vias Assimétrico). Nas teorias associadas à visão simétrica (Modelo de Duas-vias Simétrico) encontram-se, entre outras, a teoria de sistemas e a tese do liberalismo dos grupos de interesse.

É verdade que aqueles que não praticam este modelo são meramente, como Olasky (1989) julgou, "os seus piores inimigos" (p. 94)? Ou, como os Grunig (Grunig & Grunig, 1989) teorizaram, os praticantes não possuem suficiente poder e experiência para fazer cumprir a prática da comunicação simétrica no seio das suas organizações? Por outras palavras, estão os praticantes a ser ineficazes ou há algo nos modelos que não descreve totalmente o que acontece na prática das relações públicas? (Murphy, 1991: 120).

Murphy (1991) postulou, então, que "o comportamento simétrico observado na vida real poderia ser mais fácil de localizar se os modelos fossem ligeiramente redefinidos" (p. 120). Utilizou, para tal, a teoria dos jogos<sup>114</sup>, cuja base é a adaptação mútua (Murphy, 1991), considerando-a adequada a "conceptualizar e modelar situações sociais envolvendo conflito e escolha" (*Id.*, p. 116). Nesse sentido, advogou que "tal como as relações públicas, a teoria dos jogos foca-se na mediação do conflito, no estabelecimento de um equilíbrio entre as partes conflitante, nas funções de poder e dominação, e em questões de justiça e ética" (*id. ibid.*), podendo "ajudar a refinar ainda mais os nossos conceitos de comportamentos simétrico e assimétrico, bem como a analisar as implicações de tal comportamento" (*Id.*, p. 118).

Neste âmbito, os modelos assimétricos<sup>115</sup> e a visão assimétrica das RP foram equiparados aos jogos de soma zero – em que os ganhos de um jogador implicam as perdas do outro, inviabilizando uma colaboração mutuamente profícua ou a adaptação mútua – e o modelo de Duas-vias Simétrico e a visão simétrica das RP foram equiparados aos jogos de cooperação pura ou de interesse-comum puro, nos quais o objetivo a atingir é o consenso e um resultado mutuamente benéfico.

Murphy (1991) arguiu, porém, que a cooperação de interesses é "extremamente difícil de alcançar" (p. 122) nas RP porque mesmo "quando existe comunicação de duas-vias, a organização e os seus públicos têm diferentes agendas, querem diferentes compensações e retêm alguns conflitos de interesse" (*Id.*, *ibid.*). Concluiu, nessa base, que o modelo Duas-vias Simétrico puro, tal como concebido por Grunig e Hunt (1984) e por Grunig (1984), não conseguia, conseqüentemente, representar de forma adequada o comportamento organizacional em termos de RP.

Argumentou também que "apesar da clara atratividade do modelo de comunicação simétrica, a teoria dos jogos sugere que na prática tais esforços de convergência podem levar a resultados ineficientes [...] ou até a resultados moralmente objetáveis [...]" (Murphy,

---

<sup>114</sup> Desenvolvida nos anos 1940 por John von Neumann e por Oskar Morgenstern, a teoria dos jogos foi utilizada na investigação em comunicação a partir de 1968 e em 1987 passou também a ser usada na investigação em RP (Pompper, 2005).

<sup>115</sup> Recorde-se que Grunig e Hunt (1984) identificaram inicialmente três modelos assimétricos: Agente de Imprensa/Publicista, Informação Pública e Duas-vias Assimétrico.

1991: 124) e que os esforços de coordenação/simetria entre os jogadores se baseiam na adequação de cada um aos interesses percebidos do outro. Tal contribui para “desincentivar a inovação e incentivar os hábitos e a tradição”, conduzindo a resultados ineficientes que são menos desejáveis do que o conflito que era suposto resolverem” (*Id., Ibid.*).

Neste enquadramento, Murphy (1991) propôs uma redefinição dos modelos de RP. Inversamente ao maniqueísmo modelar desenhado por Grunig e Hunt (1984) e por Grunig (1984, 1989), o comportamento de RP das organizações passava a variar ao longo de um contínuo (Anexo Digital 1).

Podia, assim, assumir posições extremas – através quer das práticas assimétricas (tipificadas no conflito puro dos jogos de soma zero), quer das práticas simétricas (tipificadas na simetria pura dos jogos de coordenação ou mistas) – ou situar-se no centro, nos jogos de motivação-mista, em que “cada um dos lados retém um forte sentido dos seus próprios interesses, mas no entanto cada um é motivado para cooperar numa forma limitada para, assim, atingir ao menos alguma resolução do conflito” (Murphy, 1991: 125). Tal leva a que organizações procurem “satisfazer os seus próprios interesses e, simultaneamente, ajudar os públicos a satisfazer os seus” (Gonçalves, 2010: 56).

Aos jogos de motivação-mista, fez Murphy (1991) corresponder um novo modelo, designado de modelo de motivação mista, caracterizado por incorporar “tanto táticas assimétricas como simétricas” (J. Grunig e L. Grunig, 1992: 311-312), e por resolver “o conflito entre os modelos assimétrico (pura competição) e simétrico (puro interesse comum) na medida em que preserva a importância central dos interesses de cada um, muito embora reconhecendo o poder de pontos de vista opostos” (Murphy, 1991: 127).

O realismo desta nova teorização foi colocado por Murphy (1991) nos seguintes termos:

Uma definição das relações públicas como um jogo de motivação-mista ajuda a reconciliar os divergentes modelos simétrico versus assimétrico. Ao dividir o comportamento de comunicação das relações públicas em apenas dois modelos, tendemos a polarizar o comportamento indesejável num (assimétrico) e o comportamento desejável noutra (simétrica). Os jogos de motivação-mista proporcionam uma ampla terceira categoria que descreve o comportamento como a maioria das pessoas de relações públicas o experienciam no mundo da prática: uma escala móvel de cooperação e competição na qual as necessidades de uma organização têm necessariamente de ser equilibradas face às necessidades dos públicos, mas nunca perdem a sua primazia” (p. 127).

Por outro lado o carácter ético do modelo de motivação mista passou a residir não na boa-vontade organizacional ou dos praticantes de RP, mas sim no equilíbrio de poder entre

os jogadores<sup>116</sup> e na capacidade de estes utilizarem uma argumentação racional e meritória para defender os seus pontos de vista e interesses.

#### II.4. MODELO DE DUAS-VIAS SIMÉTRICO COMO MODELO DE MOTIVAÇÃO MISTA E QUATRO MODELOS EM DOIS CONTÍNUOS

O Modelo de Duas-vias Simétrico foi revisto pelo seu autor no âmbito do *Projeto da Excelência*, considerado o estudo mais abrangente na área das RP (Toth, 2007; Gonçalves, 2010). Iniciado em 1985, sob a direção de Grunig e com financiamento da Research Foundation da International Association of Business Communicators (IABC), este projeto pretendeu determinar “como e quando são eficazes os esforços de comunicação dos praticantes de comunicação? Como é que as organizações beneficiam de relações públicas eficazes? Por que razão as organizações praticam as relações públicas de diferentes formas?” (Grunig, 1992b: 1), tendo abrangido mais de 300 organizações sediadas em três países<sup>117</sup>. O corolário desta pesquisa foi a publicação do livro *Excellence in Public Relations and Communication Management* (Grunig, 1992a), em cujo âmbito a teoria da simetria foi combinada com a teoria da excelência (Grunig, 1992b). O produto desta soma gerou o que é denominado por paradigma dominante das RP (L’Etang, 2009), o qual se encontra alicerçado, sobretudo, numa visão idealista sobre o papel das RP na sociedade – “as Relações Públicas são um mecanismo através do qual as organizações e os públicos interagem num sistema pluralista para gerir a sua interdependência e conflitualidade” (Grunig, 1992b: 9) –, mas também numa perspetiva crítica relativamente às práticas assimétricas.

Foi neste âmbito que J. Grunig e L. Grunig (1992) apresentaram duas principais alterações aos modelos de RP. Uma delas consistiu num “refinado” (*id.* p. 320) Modelo de Duas-vias Simétrico, o qual resultou da proposta de Murphy (1991) quanto a um Modelo de Motivação Mista ser uma teoria positiva mais adequada para descrever os comportamentos de RP. J. Grunig e L. Grunig (1992) consideraram, assim, que “as relações públicas excelentes se desviam das relações públicas puramente simétricas e podem ser descritas como uma combinação dos modelos de duas-vias assimétrico e simétrico – relações públicas de motivação-mista” (p. 285). Grunig (1992b) enquadrou esta questão nos seguintes termos:

---

<sup>116</sup> Para Murphy (1991), “os jogadores do jogo de motivação-mista vão tentar ganhar tanta vantagem quanto possível em função do seu poder; eles obterão pontos proporcionalmente ao poder da sua oposição. No entanto, não vão ceder aos adversários simplesmente porque os adversários estão lá para ser ouvidos” (p. 127).

<sup>117</sup> EUA, Canadá e Reino Unido.

*As duas-vias simétricas* descrevem um modelo de relações públicas que é baseado na pesquisa e que usa a comunicação para gerir conflitos e melhorar o entendimento com os públicos estratégicos. A nossa pesquisa sugere, portanto, que os departamentos de excelência de relações públicas modelam mais os seus programas de comunicação nas duas-vias simétricas do que nos outros três modelos. A maioria não pratica, no entanto, um modelo simétrico puro. Os departamentos excelentes de relações públicas servem como advogados tanto das suas organizações como dos seus públicos estratégicos. Assim, departamentos excelentes geralmente praticam uma mistura dos modelos de duas-vias simétrico e de duas-vias assimétrico – um modelo de motivação mista – embora a sua prática seja mais simétrica do que assimétrica (p. 18-19)

Porém, ao contrário de Murphy (1991), L. Grunig et al. (2002) perspetivou o Modelo de Motivação Mista não como um ponto no centro de um contínuo cujos extremos eram pontuados pelos modelos assimétrico e simétrico, mas sim como correspondendo ao Modelo de Duas-vias Simétrico. Nesse sentido, afirmou:

Ela [Murphy] equiparou o modelo simétrico aos jogos de cooperação pura, em que um lado sempre se esforça para acomodar os interesses do outro. Num modelo de motivação-mista, por contraste, as organizações procuram satisfazer os seus próprios interesses ao mesmo tempo que tentam ajudar o público a satisfazer os seus interesses. Nós nunca vimos o modelo de duas-vias simétrico como defensor da pura cooperação ou do acomodamento total dos interesses de um público. Portanto, o modelo de motivação-mista de Murphy descreve com precisão o modelo de duas-vias simétrico tal como o conceptualizámos originalmente (p. 309).

A combinação de motivações e práticas simétricas com motivações e práticas assimétricas – tendo Grunig (1989) e J. Grunig e L. Grunig (1992) reconhecido que a indesejada persuasão, atribuída, como vimos, aos modelos assimétricos, pode ocorrer mesmo em contexto simétrico e no âmbito do ideal de simetria – forneceu não só uma base teórica para a compreensão das correlações que os estudos empíricos revelaram existir entre os modelos de Duas-vias Assimétrico e de Duas-vias Simétrico, como levou, por influência de Hellweg (1989), a uma nova conceptualização dos quatro modelos em função de dois contínuos (Anexo Digital 2). Tal facto consubstanciou a segunda alteração à proposta inicial dos modelos de RP.

J. Grunig e L. Grunig (1992) propuseram, assim, duas práticas diferenciadas de RP.

A primeira delas estabelece-se entre os modelos do Agente de Imprensa/Publicista (filhado teoricamente na propaganda) e da Informação Pública (filhado no jornalismo), definindo as RP como um ofício<sup>118</sup> caracterizado pela aplicação de técnicas de comunicação de uma forma desconexa com os objetivos organizacionais e como “um fim em si mesmo”

---

<sup>118</sup> N.T.: “Craft Public Relations”.

(J. Grunig e L. Grunig, 1992: 312), cujo propósito é “simplesmente obter promoção ou enviar informação para os media ou outros canais de comunicação” (*id.*, *ibid.*).

A segunda, estabelece-se entre os modelos de Duas-vias Assimétrico e de Duas-vias Simétrico, definindo as RP como profissão porque praticada a partir de um corpo de conhecimento técnico e de uma visão estratégica da sua função como contribuidora para os objetivos organizacionais de conquista de autonomia face ao ambiente envolvente. De notar, que este segundo contínuo coloca as práticas assimétricas e simétricas em posições opostas, considerando-se que “as relações públicas excelentes cairão mais para o lado simétrico do contínuo do que para o lado assimétrico” (J. Grunig e L. Grunig, 1992: 312).

A reconceptualização do Modelo de Duas-vias Simétrico no âmbito do *Projeto da Excelência* levou, conseqüentemente, à reformulação da sua proposição principal como elemento federador da teoria da simetria:

O modelo de comunicação de duas-vias simétrico é, como vimos, um modelo tão real quanto normativo. É um modelo que as organizações podem usar, mas que muitas vezes não usam porque uma coligação dominante autoritária vê essa abordagem como uma ameaça ao seu poder. As relações públicas simétricas de duas-vias ilustram, no entanto, as relações públicas profissionais e refletem o crescente corpo de conhecimento existente neste domínio. Esta abordagem ética contribui também para a eficácia organizacional, mais do que outros modelos de relações públicas.

Os praticantes do modelo simétrico de duas vias não são completamente altruístas; almejam também defender os interesses dos seus empregadores – têm motivações mistas. Existe um corpo substancial de conhecimentos que confere aos profissionais aconselhamento sobre como colaborar a nível interpessoal com os públicos e sobre como usar os media de forma simétrica para comunicar com estes (J. Grunig e L. Grunig, 1992: 320).

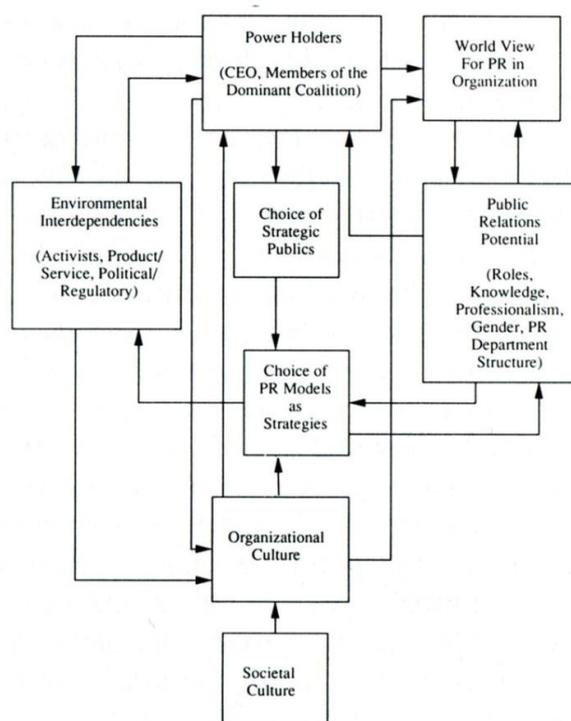
O *Projeto da Excelência* veio também sistematizar as teorias previamente enunciadas a respeito dos modelos, nomeadamente no que se refere às variáveis independentes que presidem à sua prática diferenciada por parte das organizações. Nesta base, a opção de uma organização por um dado modelo de RP foi inserida no âmbito da teoria de controle-de-poder, reforçando-se a anterior hipótese da influência da coligação dominante:

Uma teoria do controle de poder afirma que as organizações se comportam da maneira como se comportam – no nosso caso, escolhem os programas de relações públicas que escolhem – porque as pessoas que detêm o poder numa organização escolhem esse comportamento. Frequentemente, as organizações não adotam o tipo de comportamento de comunicação racionalmente mais adequado ao seu ambiente porque a coligação dominante não toma uma decisão racional (Grunig, 1992b: 23).

Com base neste enquadramento teórico, e reunindo as características essenciais à gestão de excelência das RP, Grunig (1992b) concebeu um diagrama (Fig. II.5.) que

pretende explicar o processo e as diferentes condicionantes organizacionais que determinam a seleção de um dado modelo em detrimento de outro – muito particularmente, a sua não adoção do normativo modelo de Duas-vias Simétrico –, correlacionando diversas variáveis independentes e estabelecendo as inter-relações observáveis entre si. A questão fundamental deste diagrama é a demonstração de que a seleção do modelo de RP pelas organizações é um predicado da coligação dominante, que detém tal prerrogativa e poder por possuir conhecimentos e competências para gerir um problema levantado no ambiente/contexto envolvente por ativistas, questões de produtos/serviços ou regulação política. A referida seleção é efetuada com base na sua perceção (subjativa) dos públicos estratégicos situados no contexto/ambiente da organização, ditando, seguidamente, ao departamento de RP o modelo a praticar, cuja eficácia para resolver os problemas no ambiente/contexto envolvente depende da adequação aos públicos estratégicos.

**FIGURA II.3.: Fatores que influenciam a seleção de um modelo de RP**



Fonte: Grunig, 1992b, p. 23.

O praticante e o departamento de RP só são chamados a intervir ativamente neste processo quando participam na coligação dominante, para o que é necessário, como condição prévia e *sine qua non*, a existência de um elevado potencial de RP na organização (suporte e compreensão por parte da coligação dominante), potencial esse que aumenta

quando o praticante de RP possui conhecimentos específicos que possam aumentar a independência da organização face ao meio envolvente e quando o departamento de RP reúne um conjunto de condições de excelência: “gestão estratégica, funções de gestão, educação para os modelos de RP de duas-vias, ausência de discriminação contra as mulheres e uma função de relações públicas integrada” (Grunig, 1992b: 24).

Por seu turno, a possibilidade do departamento de RP praticar modelos mais sofisticados<sup>119</sup> é limitada ou, por contrário, potenciada pela visão de RP da organização (baseada num conjunto de pressupostos), a qual, por sua vez, é um produto tripartido, dependendo da visão da coligação dominante, do potencial do departamento de RP e da cultura organizacional. Esta última é criada pela coligação dominante – regulando o acesso dos gestores a esta elite através da necessidade de substancial conformidade dos seus valores e ideologias à cultura implantada pelo fundador da organização –, sendo afetada pela cultura social e pelo ambiente, mas afetando, por sua vez, o modelo de comunicação das organizações, ao moldar, como vimos, a visão organizacional das RP:

Se a cultura é essencialmente autoritária, conservadora, segmentada e reativa, a coligação dominante adotará, geralmente, um modelo assimétrico de relações públicas. Se a cultura é participativa, integral, liberal e interativa, a coligação dominante será mais propensa a adotar um modelo simétrico de relações públicas (Grunig, 1992b: 25-26).

## II.5. NOVO MODELO DE SIMETRIA COMO PRÁTICA DE DUAS-VIAS

A informação qualitativa e quantitativa recolhida no âmbito do *Estudo da Excelência em RP* (Grunig, 2001), mas também a oposição crítica às propostas de Grunig – a que adiante aludiremos detalhadamente e de forma contextualizada –, levou, na segunda metade dos anos 1990, à reconceptualização dos modelos (L. Grunig et al., 2002).

Com efeito, o contingencial Modelo de Motivação Mista (Grunig, 1992) foi revisto por Dozier et al. (1995), dando a origem um modelo combinado de duas vias que “conjuga os antigos modelos de relações públicas de duas-vias assimétrico e de duas-vias simétrico” (Grunig, 2001: 26) e que “assume que as relações públicas de excelência são baseadas na pesquisa, na auscultação do ambiente e em programas de comunicação de duas-vias” (L. Grunig et al., 2002: 355).

O racional para a integração dos dois modelos num jogo de motivação mista foi o reconhecimento de que tanto as organizações como os públicos, nomeadamente os ativistas, incorporam práticas assimétricas no seu relacionamento comunicacional, procurando persuadir-se mutuamente (Dozier et al., 1995). Ambos os jogadores passam a

---

<sup>119</sup> Conforme notámos anteriormente, Grunig (1992b) considera mais sofisticados os modelos de duas-vias: Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico.

ser vistos como “antagonistas cooperantes” (*id.*, p. 48) que necessitam, porém, “de encontrar um equilíbrio, uma posição intermédia, relativamente aos desfechos desejados por cada um deles” (*id. Ibid.*).

Perante esta mudança conceptual, e inversamente à configuração modelar anterior, que colocava os modelos de Duas-vias Assimétrico e Duas-vias Simétrico em extremos opostos de um contínuo, o exercício das RP passou a ser representado por um novo modelo (Anexo Digital 3).

O referido modelo vê “as organizações e os públicos como tendo interesses distintos e por vezes conflituantes” (Dozier *et al.*, 1995: 48) e “retrata cada extremidade do contínuo como assimétrica” (L. Grunig *et al.*, 2002: 355) porque ambas representam posições/interesses unilaterais, ora por parte das organizações, ora por parte dos públicos. A simetria passou a ser encontrada no centro do contínuo, na denominada «zona win-win», “onde organização e públicos podem envolver-se tanto na negociação como na persuasão” (*id. Ibid.*) para encontrar o equilíbrio relacional.

Este novo modelo define, assim, três tipos de práticas modelarmente tipificadas e diferenciadas: 1) a utilização da comunicação por parte das organizações para dominar o público e levá-lo a aceitar a posição da coligação dominante (seta 1), o que consubstancia “os jogos de soma-zero ou ganha-perde jogados por comunicadores que praticam uma comunicação de duas-vias assimétrica pura” (Dozier *et al.*, 1995: 49); 2) a utilização da comunicação por parte dos públicos para convencer a coligação dominante a ceder à sua posição (seta 2), o que pressupõe o apoio dos comunicadores da organização àqueles, desenhando um modelo de cooperação puro; 3) a utilização da comunicação, por parte dos comunicadores organizacionais, para mudar o público, a coligação dominante ou ambos para uma aceitável e dialógica zona win-win (seta 3), o que configura o modelo de duas-vias<sup>120</sup>:

Ao comunicarem com os públicos, os comunicadores tentam persuadi-los a encaminharem-se em direção à posição da organização. Ao comunicarem com as coligações dominantes, os comunicadores tentam persuadir a coligação dominante a encaminhar-se em direção à posição do público. Estas práticas são denominadas de *modelo de duas-vias* porque este subsume os anteriores modelos de duas-vias simétrico e duas-vias assimétrico (Dozier *et al.*, 1995: 49).

O novo modelo de duas-vias, que significa, na prática, “tratar a coligação dominante como outro público influenciado pelos programas de comunicação”, eliminou a diferença entre o modelo de duas-vias assimétrico e o modelo de motivação mista (Grunig, 2001) ao

---

<sup>120</sup> Contrariamente a Murphy (1991), Dozier *et al.* (1995) equipara o modelo de duas-vias simétrico a este modelo de duas-vias e não ao modelo de cooperação puro.

“resolver a crítica de que o modelo de duas-vias simétrico força a organização a sacrificar os seus interesses aos do público” (L. Grunig *et al.*, 2002: 356).

De facto, no quadro esquemático do novo modelo a tónica coloca-se na harmonização dos “interesses distintos e por vezes conflituosos” (*id.* p. 356) das organizações e dos públicos, prevendo a sua mútua adaptação em prol da obtenção de equilíbrio. O

s efeitos potencialmente assimétricos<sup>121</sup> derivados da inclusão da persuasão no novo modelo, tendem a ser anulados ou atenuados pelos imperativos éticos do praticante de RP – que, ao optar por práticas simétricas, pode lograr “relações de longa duração e mutuamente benéficas” (Dozier *et al.*, 1995: 50) – e “delimitados por uma visão global simétrica que respeita a integridade de uma relação a longo prazo” (Grunig, 2001: 26).

Consequentemente, os autores do novo modelo classificaram-no como “essencialmente simétrico” (*id.*, *ibid.*) e, sobretudo, validaram-no como teoria positiva e normativa para a prática excelente das RP<sup>122</sup>.

Em face do criticismo aos modelos, Grunig (2001) explicitou também que o conceito de simetria em RP descreve mais o processo do que os resultados desse processo, isto é, a dinâmica que se estabelece entre organizações e públicos e não tanto os efeitos que cada um destes intervenientes causa no outro.

Consequentemente, a validade do próprio termo foi questionada: “a simetria pode não ter sido a melhor escolha para nomear um modelo de relações públicas que tinha em mente, mas, infelizmente, é provavelmente demasiado tarde para mudar o nome” (p. 28).

## II.6. DIMENSÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS

No início do século XXI, Grunig (2001), motivado pelo estudo da funcionalidade relacional das RP com base na teoria das relações interpessoais, anunciou a sua intenção de

---

<sup>121</sup> Recorde-se que Dozier *et al.* (1995) aponta que o novo modelo de motivação mista “envolve a utilização a curto prazo de práticas assimétricas” (p. 51).

<sup>122</sup> Afirmou Grunig (2001) que o novo modelo “parece, agora, fornecer a combinação ideal de uma teoria positiva e normativa. Positivamente (descritiva), fornece um modelo de como os departamentos excelentes de relações públicas equilibram as lealdades divididas com que se deparam quando tentam servir os interesses das suas organizações clientes e os interesses dos públicos perante os quais têm uma responsabilidade social. Normativamente, o novo modelo especifica a situação ideal de relações públicas, na qual as organizações se esforçam por alcançar uma zona de win-win à medida que constroem os relacionamentos com os seus públicos. As características de um relacionamento na zona de win-win pode também fornecer um critério para avaliar o sucesso das relações públicas. Além disso, o modelo oferece sugestões de estratégias que os profissionais de relações públicas podem adotar quando observam que a relação se desequilibrou para um ou para outro extremo do contínuo” (pp. 26-27).

substituir o termo relações públicas simétricas pelo de relações públicas dialógicas<sup>123</sup> e, sobretudo, de superar os modelos, substituindo-os pelas dimensões<sup>124</sup> que os sustentam. A sua argumentação era que tal mudança consubstanciava um importante avanço na teoria das RP<sup>125</sup>:

[...] os modelos têm desempenhado um importante papel na disciplina das relações públicas. Agora, no entanto, é tempo de partir dos quatro (ou mais<sup>126</sup>) modelos de relações públicas, para desenvolver uma teoria abrangente que vá além da tipologia representada pelos quatro modelos. As tipologias são uma forma útil de iniciar o desenvolvimento de uma teoria, mas para que a ciência e os estudos académicos possam progredir necessitamos de passar das tipologias a teorias compostas por variáveis contínuas, em vez de variáveis discretas (Grunig, 2001: 29).

Grunig (2001) isolou, assim, quatro dimensões suscetíveis de modelar o comportamento de RP, duas das quais se encontravam já como elementos definidores dos anteriores modelos de RP: simetria *versus* assimetria (definindo se a estratégia ou comportamento de RP configura práticas de colaboração ou advocacia), uma-via *versus* duas-vias (englobando formas de comunicação mediada e interpessoal e ética). A estas, somaram-se duas novas dimensões: comunicação mediada e comunicação interpessoal<sup>127</sup> (integrando tanto a comunicação estabelecida através dos meios de comunicação, como a comunicação interpessoal, sendo esta última associada ao modelo de influência pessoal, ao qual nos referimos adiante) e grau ético da prática de RP.

---

<sup>123</sup> Este termo deriva do conceito de dialogismo desenvolvido pelo académico russo Mikhail Bakhtin, no qual, conforme aplicado por Leslie Baxter, o diálogo ocupa um papel central, sendo o resultado de várias vozes unitárias que retêm o seu carácter único e diferenciado. Nesta linha de pensamento, Grunig (2001) concluiu que “s fusão simultânea com o Outro, enquanto se retém o carácter único do nosso interesse próprio, parece descrever bem o desafio das relações públicas simétricas – ou, talvez devamos começar a dizer, das relações públicas dialógicas” (p. 28).

<sup>124</sup> Laskin (2009) vê a transformação dos modelos de RP em dimensões de RP como um retorno ao passado, considerando que Grunig (1976) tinha inicialmente considerado duas dimensões de RP.

<sup>125</sup> De acordo com Laskin (2009), o interesse de Grunig pelas dimensões prendia-se, sobretudo, com a fraca confiabilidade dos modelos e, muito particularmente, com a dificuldade em medir o modelo de Duas-vias Simétrico por este se encontrar “baseado nas variáveis que medem a pesquisa em relações públicas” (p. 42).

<sup>126</sup> L. Grunig et al. (2002) colocou a hipótese de existência um quinto modelo aplicável ao que Olasky (1987) configurou como relações privadas, e também de modelos aplicáveis à descrição das práticas de RP desenvolvidas fora dos EUA. Desenvolveremos adiante este último ponto.

<sup>127</sup> L. Grunig et al. (2002) considera que qualquer um dos quatro modelos de RP pode ser praticado através de ambas as formas de comunicação, não obstante os dados da sua pesquisa terem evidenciado uma maior associação dos modelos de uma-via à comunicação mediada e dos modelos de duas-vias à comunicação interpessoal.

À luz destas quatro dimensões, os modelos foram reposicionados como pontos em quatro variáveis contínuas:

O *modelo do agente de imprensa*, por exemplo, é relativamente de uma-via, assimétrico e aético, e caracterizado, principalmente, pela comunicação mediada. O *modelo de informação pública* também é de uma-via e assimétrico e caracterizado, principalmente, pela comunicação mediada, mas é, geralmente, mais ético que o modelo do agente de imprensa. O *modelo de duas-vias assimétrico* é de duas-vias e assimétrico e pode ser praticado tanto de forma ética como aética e quer através de comunicação mediada ou interpessoal. O *modelo de duas-vias simétrico* é de duas-vias, simétrico, e quase sempre ético: pode ser implementado tanto através de comunicação mediada como interpessoal (L. Grunig et al., 2002: 349-350).

Embora não tenham sido tão adotadas e estudadas quanto os modelos, devido a problemas de diversa ordem<sup>128</sup>, as dimensões de RP vieram explicar a sobreposição de conceitos e práticas reveladas pela pesquisa no que se refere à prática sincrónica de dois ou mais modelos, concluindo-se que a organização em causa tinha “uma visão global simétrica das relações públicas, favorecia uma pesquisa extensiva e praticava tanto comunicação mediada como interpessoal” (L. Grunig et al., 2002: 378).

Também o conceito de excelência em RP foi reformulado a partir das dimensões de RP, consideradas um melhor descritor do que os próprios modelos:

As relações públicas excelentes são baseadas na pesquisa (duas-vias), simétricas (embora, quando tomam decisões, as organizações se debatam constantemente entre a simetria e a assimetria), e baseadas tanto em comunicação mediada ou interpessoal (dependendo da situação e do público) (L. Grunig et al., 2002: 378).

## II.7. MODELOS EM CONTEXTO INTERNACIONAL: INFLUÊNCIA PESSOAL E INTÉRPRETE CULTURAL

Tendo em conta a tese de que “as diferenças culturais entre sociedades têm de afetar a forma como as relações públicas são praticadas” (Sriramesh e White, 1992: 597) e que, conseqüentemente, “a cultura societal pode desempenhar um papel significativo na forma como as organizações praticam as relações públicas em diferentes sociedades” (*id.*, p. 600), a proposta modelar de Grunig tem sido debatida, como já notámos, no que se refere à sua aplicabilidade à escala internacional.

O referido debate incide na influência que os códigos e culturas nacionais, as questões tecnológicas, o tipo de relações hierárquicas estabelecidas, e mesmo as especificidades económicas e sociopolíticas (Curtis e Gaiter, 2007), podem exercer na prática das RP condicionando-a ou favorecendo-a, e, conseqüentemente, na possibilidade ou na

<sup>128</sup> Laskin (2009) aponta, nomeadamente, falhas ao nível conceptual e metodológico, as quais detalhamos adiante.

impossibilidade de esta ser corretamente descrita através de um conjunto de modelos concebidos em função da cultura dos Estados Unidos:

(...) A maioria das condições que favorecem o profissionalismo das relações públicas nos países anglo-saxónicos podem não existir nas organizações inseridas noutras culturas ou no seu contexto envolvente. Além disso, noutros países os praticantes podem desenvolver as relações públicas de acordo com um modelo completamente diferente (J. Grunig, L. Grunig, Sriramesh, Huang e Lyra, 1995: 163).

A avaliação da universalidade dos modelos – muito particularmente, o carácter geográfico/cultural que a variável independente passou a assumir nesta sua dimensão mais alargada – foi colocada, desde logo no âmbito de uma metapesquisa conduzida por J. Grunig *et al.* (1995), tomando-se como amostra três países, um europeu (Grécia) e dois do continente asiático (Índia e Formosa).

Além de revelar a aplicação dos modelos, seja normativa ou positivamente, nos três países referidos, a pesquisa conduziu, também, à identificação de dois novos padrões na prática das RP – Influência Pessoal e Intérprete Cultural –, os quais podem “representar novos modelos, mas são, mais provavelmente, variações dentro dos quatro modelos” (J. Grunig *et al.*, 1995: 164). Assim, o Modelo da Influência Pessoal tipifica uma prática de RP baseada nas relações interpessoais como processo facilitador das relações de comunicação, nomeadamente o lóbing e as relações com a imprensa<sup>129</sup>. Essa prática pode assumir uma natureza tanto simétrica como assimétrica, sendo sobretudo de natureza informal e, de acordo com o autor, leva por vezes a “práticas que seriam consideradas não éticas na maioria dos outros países” (*id.*, p. 181). Nesse sentido, J. Grunig *et al.* (1995) afirmou que “com este modelo, os profissionais tentam estabelecer relações pessoais – amigáveis, se possível – com indivíduos-chave nos meios de comunicação, no governo, ou nos grupos políticos e nos grupos ativistas [...], aos quais podem ser pedidos favores” (p. 180). Por outro lado, o Modelo do Intérprete Cultural, típico de empresas multinacionais lideradas por um CEO estrangeiro, atribui ao praticante local de RP o papel de tradutor, para o referido CEO, “da linguagem, cultura, hábitos e sistema político do país anfitrião” (Gonçalves, 2010: 60).

Adicionalmente, J. Grunig *et al.* (1995) colocou a hipótese dos novos modelos serem também praticados nos EUA, muito particularmente o Modelo da Influência Pessoal – referenciando pelo menos um praticante em concreto do mesmo, e associando-o aos

---

<sup>129</sup> Embora J. Grunig *et al.* (1995) estabeleça, no que se refere às relações com a imprensa, um paralelo entre o modelo de Influência Pessoal e o modelo de Agente de Imprensa/Publicista, a distinção entre ambos coloca-se no facto do primeiro retirar a sua eficácia (isto é, a capacidade de colocar notícias nos media) do estabelecimento de relações pessoais de natureza informal com os jornalistas, enquanto o segundo a obtém mediante a utilização de um conjunto de técnicas aplicadas para o efeito.

escritórios de Washington D.C. das firmas de RP e às grandes empresas –, mas também o Modelo do Intérprete Cultural:

Considerando, porém, que os novos modelos eram, sobretudo, partes integrantes dos quatro modelos originais, a teoria da simetria conheceu uma nova proposição capaz de albergar a sua abrangência internacional. Foi assim postulado por J. Grunig *et al.* (1995) que “as relações públicas simétricas podem ser um conceito genérico que torna as organizações mais eficazes a longo prazo em todas as culturas – apesar das suas manifestações específicas poderem diferir de cultura para cultura” (p. 185).

## II.8. ABORDAGENS CRÍTICAS AO NORMATIVO SIMÉTRICO E AOS MODELOS DE RP

Os modelos de RP – sobretudo o Modelo de Duas-vias Simétrico, considerado “o maior contributo de J. E. Grunig para a teoria das relações públicas” (Brown, 2010: 278) – e a teoria da Excelência tornaram-se, gradualmente, o paradigma dominante das RP (Brown: 2010; L’Etang, 2009; Grunig, 2001; Pieczka, 1996a; Pieczka e L’Etang, 2006; Tench e Yeomans, 2006), muito embora seja necessário distinguir os modelos do *Estudo da Excelência*, do qual aqueles são apenas uma parte, conforme notou Dozier *et al.* (1995).

Não obstante a aludida hegemonia, e como foi, aliás, reconhecido pelo seu autor, “sempre que uma teoria advém tão omnipresente como se tornaram os modelos de relações públicas, torna-se também alvo de críticas por parte de estudiosos que querem defender ou desenvolver teorias concorrentes” (Grunig, 2001: 18). Este criticismo, cujas origens remontam aos anos 1990, tem envolvido diversos investigadores na área das RP<sup>130</sup> (L’Etang, 2009), os quais questionam as idiosincrasias do paradigma, entendido como “funcional, aplicado e inicialmente focado na teoria dos sistemas, no ideal da comunicação simétrica, nos quatro modelos baseados na história dos Estados Unidos, na excelência, na eficácia, nos papéis de relações públicas (dicotomia e género referentes ao gestor-técnico), na teoria situacional e na pesquisa quantitativa” (L’Etang, 2009: 252). Foi também alvo de crítica o facto da teoria da simetria ter procurado “posicionar as relações públicas como uma ciência (...), com os efeitos das relações públicas a serem passíveis de mensuração, primordialmente, pela utilização de metodologias quantitativas” (Brown, 2010: 278), estar

---

<sup>130</sup> Globalmente, o debate crítico em torno do “mito da simetria” (Brown, 2006: 206) traduz uma visão antagónica sobre a prática, funções e efeitos das RP: por um lado o funcionalismo do paradigma dominante (Pieczka, 1996a), preocupado com a excelência e eficácia do subsistema RP para o sistema organização; por outro lado, uma abordagem crítica, preocupada com as consequências que as práticas de RP têm na sociedade. Tal como notam Tench e Yeomans (2006), esta divisão pode mesmo denotar uma eventual mudança de paradigma por parte dos académicos na área das RP, com o foco a passar da teoria dos sistemas, focalizada em situações, para a teoria do relacionamento, focalizada na comunicação como elemento chave na gestão do relacionamento.

alicerçada numa “historiografia «evolutiva» ou progressiva, que via a prática como um desenvolvimento do engano e impulso para uma ênfase na razão e na ética”, evidenciar uma “lealdade intelectual para com a precisão e a objetividade associadas à modernidade” e partir do “pressuposto que a natureza humana e a sua expressão social são benignas e racionais, permitindo uma negociação produtiva” (*id.*, p. 278). Modelarmente, o debate crítico colocou-se, ao nível teórico, tanto relativamente à capacidade de os modelos representarem adequadamente a atual prática de RP<sup>131</sup> como quanto à sustentabilidade e adequação do Modelo de Duas-vias Simétrico como ideal de excelência em RP, abrangendo, assim, em simultâneo, as dimensões positiva e normativa da teoria que lhes está subjacente<sup>132</sup>. Este modelo, muito particularmente, tem sido contestado por ser normativo (Leitch e Neilson, 2001)<sup>133</sup>, académico (Dover, 1995), taticista<sup>134</sup> (Laskin, 2009), utópico (Piecza, 1995), não representativo das diferentes práticas de RP (Laskin, 2009) e alheio às questões de poder que determinam o tipo de prática de RP observável nas organizações (L’Etang, 2009).

De uma forma genérica e abrangente, todo este criticismo pode, de acordo com Brown (2010), ser enquadrado em cinco perspetivas que emergiram no universo académico: retórica, pensamento crítico, pós-modernismo, metodologia qualitativa e uma combinação de globalismo, internacionalismo e multiculturalismo.

Ao nível dos teóricos da retórica, as críticas foram, inicialmente, personalizadas por Heath<sup>135</sup> (2001a, 2009) e radicaram, desde logo, em conceções diferenciadas das RP, as quais apresentam sérias dificuldades de convívio com o conceito simétrico estabelecido por Grunig e Hunt (1984) ou mesmo impossibilidades totais, como defende Heath (1997) e L’Etang (1997). De facto, as “estratégias persuasivas” da retórica (L’Etang, 2006a) colidem com a inerente aversão da simetria à persuasão, julgada por Grunig como “ética e

---

<sup>131</sup> Os oponentes críticos argumentaram, a este nível, que as mudanças que ocorreram na sociedade desde a propositura dos modelos, nos anos 1980, levantam a dúvida do Modelo de Duas-vias Simétrico ainda ser válido como descritor abstrato das “realidades encontradas atualmente pelos praticantes e investigadores de RP ao nível social, político e empresarial” (Tyma, 2008: 193), nomeadamente no que Brown (2010) denomina de era pós-simetria, e da teoria simétrica e os quatro modelos serem passíveis de superar as especificidades culturais dos Estados Unidos, tornando-se universalmente válidos (Tench e Yeomans, 2006).

<sup>132</sup> Alguns autores envolvidos no debate crítico sobre os Modelos de RP têm-se dividido entre considerar os Modelos de RP uma teoria positiva ou normativa (Laskin, 2009).

<sup>133</sup> Leitch e Neilson (2001) consideram que os modelos de RP de Grunig têm por base uma teoria normativa (que advoga um ideal para a prática das RP) e não uma teoria positiva que descreva, de facto, a forma como as RP são praticadas.

<sup>134</sup> Laskin (2009) considera que o Modelo de Duas-vias Simétrico é utilizado pelas empresas “quando as comunicações assimétricas falham”, ajudando-as a reduzir o poder negocial dos stakeholders (p. 45), o que confere um carácter taticista ao referido modelo.

<sup>135</sup> Heath foi, nos anos 1990, um dos iniciadores da teorização retórica das RP (L’Etang, 2006a).

eficazmente inferior ao que podia e devia ser alcançado através da gestão devidamente equilibrada dos sistemas” (Brown, 2010: pp. 280-281). Assim, ao invés do diálogo adaptativo proposto pela simetria, a retórica revê-se nas “vigorosas disputas” (Brown, 2010: 283) mantidas no exercício da advocacia, um “argumento discursivo” (L’Etang, 2006a: 359) e persuasivo que para Heath (2001a) é um procedimento e processo inerente à prática de RP, mas que para Grunig intervém apenas como “poder compensatório” (Grunig, 2001: 18) e “incidental” (Brown, 2010: 283) ou acessório. Subjacente a este debate estão as divergências de ordem ética entre ambas as perspetivas. Com efeito, Heath (2009) defende não só que a retórica favorece mais a prática ética das RP – baseando-se no fundamento aristotélico que atribui à advocacia um papel essencial na natureza ética da retórica –, como afirma mesmo que a teoria simétrica é anética por não conseguir atingir “os standards éticos derivados da retórica” (Brown, 2010: 283). Consequentemente, Heath (2001a) advoga que a retórica é em si mesmo simétrica, baseando-se para tal numa assunção de base que é, contudo, questionável pela própria assimetria económico-financeira que pode caracterizar a relação entre as empresas praticantes de RP e os seus públicos:

[...] cada ideia colocada no mercado e na arena política pública vale pelo seu próprio mérito. Nenhuma ideia é privilegiada, mesmo que tenha um defensor com bolsos profundos. A retórica capacita os que debatem as políticas a procurar adeptos e a ter uma palavra a dizer nas circunstâncias que lhes dizem respeito, mesmo que rejeitem, em privado, os pontos defendidos pelos retóricos de empresas ou de outras organizações (Heath, 2001a: 49).

O diferendo entre simetria e retórica – que configura, conceptualmente, um choque antagónico entre o modelo de Duas-vias Assimétrico (compaginável com a retórica<sup>136</sup>) e o modelo de Duas-vias Simétrico (defendido normativamente pela teoria da simetria) – passa igualmente por diferentes conceções do conceito de comunicação e RP. De acordo com Toth (1992), o paradigma dominante centra-se na transferência de informação entre emissor e recetor, procurando explicar e melhorar a prática das RP em contexto organizacional; pelo contrário, a perspetiva retórica vê a comunicação como agente de transformação cultural, o que outorga às RP o papel de “potente força na sociedade” (*Id.*, p. 3) e no processo de construção social (Heath, 1992). Finalmente, a cisão entre os dois paradigmas, simétrico e retórico, é também observável no plano da excelência em RP. Com efeito, enquanto o conceito de excelência das RP simétricas é “predominantemente mecânico” (Brown, 2010: 283), sendo alcançado através “do equilíbrio de forças e contra forças sistémicas” (*id. Ibid.*), na retórica assume um carácter “orgânico” (Heath, 2001a: 49), estabelecendo-se através da “afirmação e contra-afirmação” (*id. Ibid.*) de políticas e preferências. Refira-se, contudo, que

---

<sup>136</sup> Como notou L’Etang (2006a), ao evidenciar como a persuasão, elemento crucial da retórica, se encontra historicamente ligada ao modelo assimétrico de RP.

autores como Toth (2009) e Bowen (2005) têm procurado encontrar pontos de convergência entre os conceitos retóricos e simétricos de RP, assim como o próprio Grunig (2001).

Uma segunda frente de oposição à teoria da simetria desenvolveu-se, muito particularmente, na Europa, mediante o estudo das RP no âmbito da teoria do pensamento crítico, que “emergiu nos anos 1920 a partir do Marxismo ocidental”, tendo colocado “o foco na má distribuição do poder” (L’Etang, 2009: 4). Imbuídos desta perspetiva,<sup>137</sup> estruturalmente confrontativa (Toth, 1992) e funcionalmente centrada no questionamento dos paradigmas vigentes, autores como Jacquie L’Etang, Magda Pieczka, Judy Motion, S. Leitch, Juliet Roper, C. Kay Weaver e David McKie iniciaram, em alguns casos há cerca de 20 anos, o seu desafio crítico à perspetiva simétrica das RP, propondo um novo paradigma<sup>138</sup>.

O referido paradigma dominante das RP<sup>139</sup>, a simetria, é entendido na perspetiva crítica das RP não só como culturalmente restrito aos EUA (L’Etang, 2004), mas, sobretudo, como um “infeliz estreitamento da conceção, da prática e do carácter ético das relações públicas” (Brown, 2010: 284).

De acordo com esta perspetiva, a teoria da simetria padece de insensibilidade ao enorme diferencial de poder inerente ao processo de comunicação entre as empresas e os seus *stakeholders*, o que configura fracos *standards* éticos e, conseqüentemente, coloca em causa a legitimidade do Modelo de Duas-vias Simétrico, depreciativamente designado como “celestial” (L’Etang, 2009: 249), porque idealista ou utópico. De facto, L’Etang (2009) considera que nas raízes da simetria se encontra uma assimetria de base, materializada na assunção pro-organizacional de que o praticante de relações públicas deve “alinhar com o management” (p. 163).

A crítica é, porém, mais profunda, na medida em que não só rejeita o ideal de excelência associado à referida teoria – colocada num patamar de incompatibilidade face aos contextos macro e micro, intrinsecamente assimétricos em termos de detenção e exercício do poder –, como tende a responsabilizá-la pelo aprofundamento das aludidas assimetrias<sup>140</sup>.

---

<sup>137</sup> A teoria crítica é entendida mesmo como uma “extensão da ideologia e crítica Marxista” (Tyma, 2008: 196).

<sup>138</sup> Segundo L’Etang (2009), “o paradigma crítico situa-se, muito claramente, fora do paradigma dominante. Aponta as limitações dos sistemas, ao colocar perguntas difíceis sobre a posse e uso do poder, a natureza da autoridade, a moralidade e a economia política. Os académicos críticos exploram questões relativas à propaganda, ao poder corporativo, à esfera pública, à cultura e à mercantilização. Podem também colocar questões sobre classe, raça e exploração” (p. 256).

<sup>139</sup> Entende-se por paradigma “uma visão de mundo que enquadra e influencia a nossa abordagem a tudo o que vemos” (L’Etang, 2009: 9). Entende-se por paradigma dominante “aquela que é a abordagem mais popular ou maioritária de um assunto” (*id. ibid.*).

<sup>140</sup> Refere Brown (2010) que “os pensadores críticos rejeitam a afirmação simétrica de um ideal de relações públicas de “excelência” como padrão de justiça e equilíbrio. Pelo contrário, os pensadores críticos veem o

Outra questão fundamental que divide o paradigma dominante e o paradigma crítico é de natureza epistemológica, com o primeiro centrado na ciência objetiva e o segundo na crença de que a realidade é construída socialmente (L'Etang, 2009), o que estende a divisão entre ambos ao campo metodológico, nomeadamente quanto à divisão dicotómica entre as metodologias quantitativa e qualitativa. A questão colocada neste âmbito por parte dos teóricos e académicos dedicados aos estudos de natureza qualitativa é, portanto, o domínio das RP pela metodologia quantitativa, considerada por estes como problemática e restrigente face à via qualitativa: “a sensibilidade da pesquisa qualitativa tende para o pluralismo, endossando a intersubjetividade; a metodologia quantitativa é considerada pelos seus críticos como monista, irreal e ingénua” (Brown, 2010: 287).

A cisão entre ambas as metodologias de pesquisa exprime-se também a nível geográfico, dividindo os académicos norte-americanos e europeus, os primeiros focados nos estudos quantitativos e os segundos mais focados na abordagem qualitativa. Para L'Etang (2009), o debate coloca-se mesmo entre diferentes escolas ou correntes filosóficas: por um lado, os positivistas, adeptos da simetria, e por outro lado os pós-positivistas, críticos da simetria. Consequentemente, a própria história das RP tornou-se numa questão fraturante entre positivistas e pós-positivistas, questionando estes últimos a narrativa proporcionada pelos modelos de Grunig e Hunt (1984) – que fazem remontar as origens das RP aos Estados Unidos de meados do século XIX – e, sobretudo, a elasticidade e a funcionalidade denotativa dos modelos como teoria explicativa de acontecimentos ocorridos aquém do período por si abrangido (Brown, 2010). A capacidade dos referidos modelos codificarem e descodificarem corretamente a história das RP, em quatro fases, é criticada, nomeadamente por Olasky (1987), que argumenta que as RP não tiveram origem no modelo do Agente de Imprensa/Publicista, mas sim no que designou de relações privadas, típicas de uma fase da história dos EUA em que as organizações ou não comunicavam com o público ou faziam-no diretamente, sem recurso às RP (J. Grunig e L. Grunig, 1992). O referencial geográfico atribuído à teoria da simetria e aos modelos não é, também, uma questão de somenos pois é, de igual forma, um importante argumento crítico. Com efeito, ao nível do emergente conceito de relações públicas internacionais – e também do fenómeno da globalização dos mercados, políticas e culturas –, o foco simétrico é qualificado como “estreito” e

---

mundo de forma assimétrica, como um campo de concorrentes equipados de forma desigual, onde as organizações poderosas e com bons recursos dominam não só através da força ostensiva, mas também mediante estratégias simbólicas secretas, invisíveis e desconhecidas, e de pressupostos não escrutinados. Do ponto de vista do pensamento crítico, a simetria não só não consegue corrigir essa assimetria, tal como se propõe fazer, como pode mesmo endurecê-la, institucionalizá-la e defendê-la com o prestígio e com o rigor quantificado ilegitimamente emprestados pela ciência. O pensamento crítico desafia o que percebe ser o poder hegemónico subjacente aos programas simétricos-excelentes, tais como a responsabilidade social corporativa, que beneficia o management à custa dos seus constituintes” (pp. 284-285).

“monocultural” (Brown, 2010: 288) por não ter em conta as condicionantes nacionais de cada país e a sua diversidade cultural.

Ainda na escola do pensamento crítico, também Pieczka (1995, 1996a) tem sido uma voz crítica do paradigma dominante das RP e da simetria, questionando a teoria funcionalista e de sistemas que se encontra na sua base e, conseqüentemente, a sua visão normativa das RP como mediadoras e promotoras de entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos. Considera esta autora que impor o Modelo de Duas-vias Simétrico como teoria normativa “é remanescente dos missionários Vitorianos, que atribuíam o hábito dos selvagens andarem nus ou rezarem para pedir chuva à sua falta de civilização. Não é uma má explicação; mas é boa apenas a partir de um ponto de vista particular” (Pieczka, 1996a: 154). Conseqüentemente, defende que o paradigma dominante traduz uma abordagem proselitista (Pieczka, 1996a), constituindo-se como “um discurso – não apenas uma proposição provisória sobre as relações entre os fenómenos, mas uma forma de pensar” (*id.*, p. 155), colocando a hipótese deste se transformar numa sociologia das RP (Pieczka e L’Etang, 2006). Por outro lado, Brown (2006) coloca o debate na validade do paradigma dominante, concretamente os modelos de comunicação, para descrever a história das RP, considerando que o referido paradigma “confunde a ciência da evolução com uma crença na evolução” (Brown, 2006: 206). Com efeito, na sua opinião o simetrismo configura um evolucionismo que distorce o conceito de RP ao distanciar-se, indevidamente, das suas origens na propaganda e ao contar uma história simplificada e linear das RP: “Postular um promotor de circo como Barnum, é, portanto, consistente com a «evolução» do modelo de publicista dos Cro-Magnons para as relações públicas éticas e excelentes das relações públicas simétricas” (*id.*, p. 207). Conclui, pois, que: “Apesar das suas reivindicações científicas, a teoria simétrica das relações públicas é, na verdade, uma heurística a-histórica que justifica um sistema de crenças que legitima as relações públicas” (*id.*, *ibid.*).

As críticas no âmbito do pensamento pós-modernista enquadram, entre outros, Debord (2005), Holtzhausen (2000, 2002a, 2002b), McKie (2001) e Tye (2002), colidindo com o paradigma dominante na medida em que estes autores consideram que, nesse âmbito, “a teoria e a prática das relações públicas são geralmente baseadas num entendimento modernista das organizações que privilegia as perspetivas da gestão e um foco estratégico no domínio” (Holtzhausen, 2002b: 251).

O “consenso” (Laskin, 2009, 46) que legitima o referido paradigma, equiparado a uma metanarrativa (Holtzhausen, 2002b), traduz-se num *standard* universal para a prática e teorização das RP que reduz o debate e a diversidade, excluindo, por exemplo, como notou Creedon (1993), a perspetiva feminista. A teoria da simetria e da excelência são entendidas como refletindo “uma visão modernista, progressista e fundamentalmente pró-capitalista” (Brown, 2010: 287), tendo por base o ideal neoliberal e a visão das RP como uma “função

de gestão” (Holtzhausen, 2002b: 251). Holtzhausen (2000, 2002a, 2002b) argumenta mesmo que a simetria pode configurar práticas de manipulação e de controlo por parte da gestão organizacional. Partindo da perceção do mundo como assimétrico, isto é desigual, nomeadamente no que se refere às relações de poder entre as organizações e os seus públicos, os teóricos do pós-modernismo colocam, também, no debate crítico a questão cultural, defendendo a necessidade de atender às especificidades neste âmbito (L’Etang, 2006a), e salientam o anacronismo e reducionismo do conceito de simetria. Propõem, por conseguinte, novas bases para uma teoria das RP<sup>141</sup>.

Dentro desta perspetiva, o papel do praticante pós-moderno de RP é servir como agente de consciência e mudança de uma organização” (Holtzhausen, 2000), contribuindo para democratizar, interna e externamente, as organizações através de um discurso que favoreça as posições “divergentes e opositoras” (Holtzhausen, 2002b: 257), num processo que passa pelo conflito e pela dissensão (Holtzhausen, 2002b). Tal papel, opõe-se ao desempenhado pelo praticante de RP inserido no paradigma dominante, que visa o consenso. Neste contexto, a existência do modelo de Duas-vias Simétrico é negada teoricamente pela crítica pós-moderna, o qual é equiparado às metanarrativas sociais criadas pelos praticantes de RP modernistas (Holtzhausen, 2002b). Ao conjunto destas críticas soma-se o criticismo que tem por base uma visão de crise do presente e futuro da humanidade – desafiando, assim, a bondade da simetria – e uma perspetiva que encontra dificuldade em compatibilizar a referida teoria com as mudanças tecnológicas e com a revolução digital (Brown, 2020)<sup>142</sup>.

Além das cinco diferentes perspetivas críticas delineadas sinteticamente, as quais podemos considerar de natureza mais ideológica ou filosófica, autores como Leichty e Springston (1993) e Laskin (2009) dedicaram-se a uma análise teórica e técnica dos modelos de Grunig e das suas sucessivas reformulações, revelando as suas fraquezas e fragilidades. Os primeiros apontaram sobretudo os “problemas conceptuais e metodológicos envolvidos na avaliação dos modelos de relações públicas” (Leichty e Springston, 1993: 327), assinalando as “várias contradições entre a metáfora de gestão de relacionamento subjacente a este trabalho e a forma como os modelos de relações públicas são conceptualizados e avaliados” (*id.*, *ibid.*), argumentando que “«os modelos de relações públicas» precisam de ser avaliados ao nível relacional, ao invés de serem agregados por públicos e por estágios relacionais” (*id.*, *ibid.*).

---

<sup>141</sup> Defende Brown (2010) que “segundo a perspetiva pós-moderna, qualquer teoria das relações públicas boa e útil teria de ir além da redutora estreiteza cultural da simetria e, em vez disso, abraçar múltiplas perspetivas e metodologias, a diversidade cultural e a interdisciplinaridade, e exibir uma maior sensibilidade para com as diferenças de poder entre o management e os seus públicos” (pp. 286-287).

<sup>142</sup> Sobre o impacto da revolução das redes digitais nas RP, ver Gregory (2011).

Laskin (2009) salientou também o facto de os modelos “não reconhecerem o aspeto das relações públicas como construtoras de relacionamentos” (p. 46), advogando uma mudança de foco, passando-se do atual estudo das organizações e das técnicas de RP para o estudo dos relacionamentos.

Ao nível da conceptualização dos modelos, Laskin (2009) apontou a incompatibilidade da sua basilar construção dicotómica<sup>143</sup> com a equivalência do modelo de motivação mista ao modelo de Duas-vias Simétrico – tal como defendida por L. Grunig et al. (2002) –, argumentando que tal oposição fica comprometida quando se coloca num dos extremos do contínuo um modelo que integra tanto os interesses das organizações como os dos públicos e no outro extremo um modelo (Assimétrico de Duas-vias) que representa apenas os interesses das organizações.

Relativamente às Dimensões de RP, Laskin (2009) considerou que “estavam erradas na forma como foram criadas” (p. 48), defendendo que a assimetria e a simetria não são antagónicas. Para o autor, a simetria, conforme definida por L. Grunig et al. (2002) “implica o equilíbrio do interesse próprio da organização com o interesse do público” (p. 314), não se opondo, portanto, à assimetria, entendida como representando apenas os interesses da organização. Assim sendo, entendeu que não podiam ser utilizadas como polos opostos de uma dimensão dicotómica contínua e que a comunicação de uma-via e a comunicação de duas-vias também não se excluem mutuamente uma vez que “a comunicação de duas-vias inclui em si a comunicação de uma-via – só que fá-lo duplamente: uma-via das organização para o público e uma-via do público para a organização” (Laskin, 2009: 49).

Para Laskin (2009) – que propôs a introdução de novas dimensões e anteviu esta base conceptual como futuro desenvolvimento dos modelos –, essas questões explicam a razão pela qual “o campo das relações públicas nunca transitou, de facto, dos modelos de relações públicas para as dimensões. Segundo o autor, o anteriormente dominante conceito de modelos de relações públicas está a perder a sua liderança sem criar uma alternativa notável” (p. 49).

Opinião bem diferente sustenta, contudo, Brown (2010), para quem a “conceptualização normativa de E. J. Grunig continua, ainda assim, a desfrutar de ampla influência sobre a forma como as relações públicas são ensinadas, discutidas, pesquisadas, publicadas e, talvez em menor escala, praticadas a nível mundial (p. 278). Segundo aquele, “a simetria continua a ser um fundamento teórico frequentemente citado para a investigação em relações públicas, bem como um ambicionado corretor ético de populares noções de relações públicas, marcadas pelo cinismo, pelo desprezo e pela desinformação” (*Id.*, *ibid.*).

---

<sup>143</sup> Que, como vimos anteriormente, consiste na combinação de duas dimensões: a direção da comunicação (uma via vs. duas vias) e os efeitos desejados (assimetria vs. simetria)



## – CAPÍTULO III –

**HISTÓRIA E HISTORIOGRAFIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

**A** narrativa histórica sobre as RP é relativamente abundante, mas apresenta vários desafios. Desde logo a dificuldade em estabelecer uma fronteira temporal para o surgimento da profissão<sup>144</sup>, mas também o predomínio da análise descritiva (Bentele, 2013) face à análise sistemática baseada em modelos teóricos, o que tem impedido a determinação rigorosa das origens do fenómeno. Debate-se, de igual forma, com outro importante obstáculo epistemológico, consubstanciado nos três paradigmas históricos dominantes: a tese de que as RP constituem um produto dos Estados Unidos – que tem vindo a ser questionada desde os anos 1990 por um conjunto de historiadores que contestam a subsidiarização da Europa face aos EUA –, o estudo das origens das RP com base numa perspetiva estrutural-funcional e a postulação das RP como um constructo evolutivo de natureza ética. Por outro lado, existe uma reconhecida desigualdade entre a historiografia norte-americana, mais antiga e desenvolvida, e a europeia, mais recente e ainda em afirmação. Neste capítulo, pretendemos abordar tais questões, analisando e caracterizando as diferentes correntes historiográficas e lógicas de explicação histórica e a produção historiográfica nos EUA e na Europa.

Atendendo ao objeto de estudo da Tese, interessa-nos sobretudo situar a importância do contexto histórico na eclosão das RP, explorando, muito especificamente, o panorama europeu, o qual servirá como base de comparação para o caso português, determinando-se eventuais convergências ou divergências.

Não tendo, porém, a historiografia europeia das RP produzido, senão parcelarmente, uma perspetiva transnacional que ponha em evidência fatores causais comuns aos diferentes países ou, pelo contrário, fatores nacionais específicos para as origens das RP, assim como uma cronologia ou periodização do advento das RP no continente europeu, procurámos colmatar tal lacuna com um estudo bibliográfico pioneiro, o qual envolveu também o contacto com diversos investigadores europeus.

---

<sup>144</sup> Tem existido um longo debate sobre a legitimidade de considerar as RP uma profissão, questão que ultrapassa o propósito de presente investigação. Utilizamos, portanto, o termo profissão com tal ressalva e apenas porque facilita a narrativa.

### III.1. HISTORIOGRAFIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

#### III.1.1. Problemas e paradigmas dominantes

A questão ontológica constitui um dos principais problemas que se colocam à historiografia<sup>145</sup> das RP. De facto, a narrativa tradicional<sup>146</sup>, e significativamente consensual, sobre as RP tende, tipicamente, a situar as origens mais remotas desta prática no seio das civilizações grega e romana (Black, 1962; Grunig e Hunt, 1984; Bates, 2006; Seitel, 2007; Bentele, 2013) e mesmo em civilizações anteriores (Bernays, 1952; Nolte, 1979; Cutlip, Center e Broom, 1999; Watson, 2012). As raízes das RP são também, pontualmente, associadas à divulgação do Cristianismo pelos Apóstolos Paulo e Pedro (Grunig e Hunt, 1984) e à propaganda desenvolvida pela Igreja Católica Romana em reação à reforma protestante desencadeada em meados do século XVI por figuras como Martinho Lutero. Foi, aliás, no quadro daquele histórico cisma religioso e, muito particularmente no âmbito da contrarreforma, que surgiu no século XVII o termo ‘propaganda’<sup>147</sup> (Thomson, 2000). Alguns autores consideram, de igual forma, práticas primordiais de RP as iniciativas desenvolvidas no período do Renascimento por parte dos diversos escritores e académicos Humanistas que procuravam influenciar a opinião pública (Grunig e Hunt, 1984), e, bem assim, a criação, em França, em 1792, do Bureau d’Esprit<sup>148</sup> (Bates, 2006).

Embora não descarte tais antecedentes históricos, Watson (2012) integrou-os na condição de “proto-RP” (p. 43), que descreveu como sendo “estratégias e ações do tipo relações públicas que ocorreram antes da publicity e das relações públicas se terem tornado entidades discutidas no final do século XIX” (Watson, 2013: 3). Numa periodização a dois tempos<sup>149</sup>, distinguiu-as, assim das RP em si, cujas origens, tal como o próprio termo

---

<sup>145</sup> Entendemos o conceito de historiografia tal como exposto por McKie e Xifra (2014), que o definem a partir de três componentes fundamentais: “a teorização da história, o ponto de vista a partir do qual os historiadores ‘fazem’ as suas histórias e o estudo da forma como a história tem sido e está a ser escrita” (p. 670). Neste sentido, embora a produção histórica remonte, nos EUA, aos anos 1930 e 1940, a reflexão sobre a mesma torna-se evidente com Pearson (1990, 1992), sendo, portanto, recente.

<sup>146</sup> Entendemos como tal as narrativas presentes nos manuais universitários (Hoy, Raaz e Wehmeier, 2007).

<sup>147</sup> O termo ‘Propaganda’ encontrava-se inscrito, primordialmente, na bula papal que em 1622 instituiu a “Sacra Congregatio de Propaganda Fide”, isto é, a Sacra Congregação de Propaganda da Fé, fundada por determinação do Papa Gregório XV e encarregada de “levar a «fé» ao Novo Mundo e fazê-la reviver e reforçá-la na Europa como forma de contrariar a Revolução Protestante” (Jowett & O’Donnell, 2006: 72).

<sup>148</sup> Sobre este organismo, criado pela Assembleia Nacional de França (Bates, 2006), veja-se Reynolds (2012), que questionou a sua existência.

<sup>149</sup> Segundo Watson (2013), a primeira fase das RP abarcaria o vasto período anterior a 1875, englobando as práticas comunicacionais imbuídas de “algumas características das relações públicas” (Watson, 2013: 12), mas que não consubstanciavam o que se entende nos dias de hoje por RP – porque “não eram vistas como uma atividade planeada estrategicamente (...) e não usavam a articulação de linguagem e a acumulação de boas

‘Relações Públicas’, diversos autores situam nos EUA da transição do século XIX para o XX<sup>150</sup>. Watson (2012) sublinhou, todavia, a dificuldade em estabelecer e definir uma fronteira entre ambas, atendendo a que as também designadas “atividades do tipo-relações públicas” (Grunig e Hunt, 1984: 14) têm em comum com as RP a presença da persuasão e da propaganda. Essa mesma questão fora previamente abordada por Pearson (1990, 1992) – um dos autores que primeiramente refletiu sobre a teorização e sobre as metodologias históricas na área das RP e, muito particularmente, sobre os desafios específicos que se lhe colocam em face da sua juventude (Bentele, 2013) – e por Nessmann (2000). Este último argumentou que:

Mesmo atualmente, ainda não é claro que tarefas, funções e atividades podem ser atribuídas à área de atividade das RP, e a incerteza envolve os antecedentes das RP. Se considerarmos os gabinetes de imprensa como antecessores das RP, então a visão histórica tem de começar no século XIX. Se, porém, as RP forem interpretadas genericamente como “relações com o público”, então tal é por certo relevante a um nível eterno e as RP são tão antigas quanto o pensamento humano. Neste caso, as RP remontariam a Adão e Eva, ao ponto em que as pessoas tinham de conquistar a confiança umas das outras. Com esta interpretação não científica, figuras históricas e heróis são frequentemente citados como precursores das RP. Assim, por exemplo, para Edward L. Bernays, pioneiro Americano das RP, Júlio César foi o primeiro homem das RP. Albert Oeckl, um dos sábios das RP Alemãs, cita exemplos religiosos (Moisés, Buda, Maomé, etc.). [...]. Para outros autores, as origens das RP coincidem com a emergência do termo ou da profissão [...]. Tais momentos-chave são frequentemente identificados como “o nascimento das RP”. Reconhecidamente, o surgimento de um termo ou o início de formas organizacionais não diz muito sobre os desenvolvimentos atuais. Ainda assim, a maioria dos investigadores, incluindo o autor deste capítulo, concordariam que a forma de

---

práticas aplicadas atualmente” (Watson, 2008: 20) – sendo, portanto, consideradas como proto-RP. O segundo integraria “o estudo da prática e da teoria da comunicação organizada que reconhecemos como ‘relações públicas’” (Watson, 2013: 11). Teria início em 1875, período em que, de acordo com Nessmann (2000), Curtin (2008), Cutlip (1994, 1995) e Lamme e Russell (2010), se deteta nos EUA a emergência de atividades de comunicação similares às RP – abrangendo inicialmente as empresas de “utilities e dos caminhos-de-ferro” (Watson, 2013: 11) –, tal como sucedia em alguns países da Europa Ocidental – nomeadamente na Alemanha e na Áustria, ainda que sobretudo ao nível governamental (Watson, 2013) –, prolongando-se até à atualidade.

<sup>150</sup> A gênese moderna das RP, pelo menos como ocupação formal desenvolvida sob tal designação, tem sido associada aos EUA (Culbertson e Chen, 1996b), situando-se a sua emergência na transição do século XIX para o século XX (Bates, 2006) ou, especificamente, no século XX (Marston, 1979; Moore e Kalupa, 1985; Wilcox e Cameron, 2006). Com efeito, o termo ‘Relações Públicas’ terá sido empregue pela primeira vez pelo advogado Dorman Eaton quando, em 1822, se dirigiu aos estudantes da Escola de Direito de Yale a propósito do tema ‘The Public Relations and Duties of the Legal Profession’, referindo-se à “atenção a dar ao bem-estar do público” (Grunig e Hunt, 1984: 14). Quanto à atividade de RP, embora existisse desde meados do século XIX – consubstanciada na atuação dos agentes de imprensa e dos publicistas –, só a partir dos anos 1920 terá passado a ser identificada como tal, sendo o ponto de charneira a alegada cunhagem, por Edward L. Bernays, do termo ‘public relations counsel’ (Bernays, 1923), significando ‘conselheiro em Relações Públicas’.

comunicação ou fenómeno conhecido como RP se desenvolveu em paralelo, e em reação, ao emergente iluminismo dos séculos XVII e XVIII e à emergente industrialização e ao desenvolvimento dos mass media no século XIX [...]. Assim, um estudo histórico das RP começaria no século XVIII e, face ao objetivo primordial de se concentrar nas suas origens, terminaria em meados do século XX, com o estabelecimento das RP como profissão” (Nessmann, 2000: pp. 211-212).

Bentele (2013) procurou resolver esta problemática, à qual se referiu como “problemas relacionados com o conteúdo [das RP]”<sup>151</sup> (p. 245). Para o efeito, propôs um modelo teórico de estratificação funcional integrativa (Anexo Digital 4) que permitisse perceber “como e baseado em que fatores e influências as RP se desenvolveram” (*id.*, p. 249) historicamente. Concebido como “um modelo básico para uma historiografia das relações públicas globalmente aplicável<sup>152</sup> e que pode, portanto, servir também como um modelo para a investigação comparativa na história das relações públicas” (*id.*, *ibid.*), entende as RP como a “gestão sistemática da comunicação” (Bentele, 2013: 250), baseando-se em duas premissas: a) que as RP “tal como outras formas de comunicação pública – se desenvolveram historicamente a partir de formas interpessoais de comunicação humana” (*id.*, *ibid.*); b) que as RP “são historicamente e correntemente sempre associadas com a produção de *comunicação pública* organizacional-interna ou organizacional-externa (*id.*, *ibid.*)<sup>153</sup>.

Este modelo analisa a progressão histórica das RP a partir de três dimensões explicativas: ‘funcionalidade’, ‘integração’ e ‘estratificação’.

Num primeiro nível funcional, a evolução das RP é analisada “no contexto de sistemas sociais próximos (ex.º o jornalismo e a publicidade) ou abrangentes (política, economia,

---

<sup>151</sup> Bentele (2013) refere-se, assim, às várias dificuldades que se colocam à definição de fronteiras claras no desenvolvimento histórico das RP, tendo apresentado, a esse propósito, um conjunto de interrogações pertinentes ao nível metodológico e conceptual: “Quando é que as RP começaram de facto? As relações públicas já existiam na Grécia e Roma antigas ou na Idade Média, ou as RP só começaram a existir na era industrial? Que critérios significativos deviam aplicar-se para determinar o início das RP? Que critérios devem desde logo ser estabelecidos a fim de discutir as relações públicas de um ponto de vista histórico? É o conceito de ‘relações públicas’ suficiente e claro o bastante? É principalmente a existência de ferramentas de comunicação em particular ou de tecnologias de comunicação, ou é o início da PR definido apenas pelas condições sócio históricas e socioeconómicas básicas?” (p. 245).

<sup>152</sup> Watson (2013) colocou, porém, em causa a aplicabilidade internacional deste modelo, arguindo que “embora Bentele argumente que o modelo podia ser uma base para uma historiografia unificada e global das RP, a minha visão é que ele pode ser demasiado rígido e racional para culturas não ocidentais” (p. 16).

<sup>153</sup> Bentele (2013) infere destas duas premissas que “primeiro, a historiografias das relações públicas só pode, basicamente, ser prosseguida de forma significativa no contexto da história da comunicação, e, segundo, somente no contexto do desenvolvimento da comunicação pública” (p. 250). Assim, associa a história das RP à história do jornalismo, advogando um cenário de coevolução de ambos os campos de atividade.

cultura, ciência, etc.)” (Bentele, 2013: 251). No segundo nível, é objeto de análise o desenvolvimento histórico das RP como um processo de coevolução integrativa face aos campos adjacentes da comunicação pública, vendo-se as RP “como uma parte integral tanto da história da comunicação humana como da história da ‘esfera pública’” (*id., ibid.*). O terceiro nível, relativo à estratificação, é imbuído de um “princípio evolutivo” (*id., ibid.*), prevendo que o desenvolvimento das RP se processa através de uma sucessão de estratos (Bentele, 2010). Nesse sentido, a história das RP desenha uma progressão que evolui ao longo de cinco estratos: (1) comunicação interpessoal, (2) comunicação pública, (3) comunicação organizacional, (4) RP como campo ocupacional ou profissional e (5) RP como sistema social. A evolução por estratos faz-se não por roturas, mas em continuidade ou por sobreposição progressiva, na medida em que cada estrato contém elementos dos anteriores a que se sobrepõe. As fronteiras entre os diferentes estratos não são, conseqüentemente, rígidas, embora cada uma delas seja delimitada por critérios específicos (Anexo Digital 4) que desenharam uma perspetiva evolutiva e progressivamente diferenciadora das RP: existência de uma estrutura pública de comunicação (primeiro estrato), estabelecimento da comunicação em contextos públicos (segundo estrato), início da comunicação funcional por parte das organizações (terceiro estrato), emergência das RP como principal ocupação e criação de departamentos especializados que exercem influência sobre os *mass media* (quarto estrato) e consolidação das RP enquanto profissão como sistema social estruturado (quinto estrato).

Importa ainda referir que o modelo historiográfico de Bentele (2013) é enquadrado pelo facto de o autor defender que “a maioria dos problemas relacionados com a historiografia das RP [...] (p. 249)” só podem “ser abordados e resolvidos no quadro de uma abordagem baseada num modelo e na teoria” (*id., ibid.*). Este entendimento, que Bentele (2013) denomina de ‘Tipologia Orientada pelos Modelos-e-Teoria’ opõe-se a uma outra abordagem denominada pelo autor de ‘Tipologia Orientada por Factos-e-Eventos’, o que define, desde logo, duas diferenciadas metodologias historiográficas<sup>154</sup> aplicadas no campo das RP (Anexo Digital 5). Se é verdade que a abordagem descritiva – ‘Tipologia Orientada por Factos-e-Eventos’ – ainda predomina (Bentele, 2013), o que tem levado a que a historiografia das RP tenda a ser mais cronológica e narrativa do que sistemática e analítica<sup>155</sup> (Watson, 2013) – com a conseqüente escassez de “abstrações, de referências

<sup>154</sup> Hoy et al. (2007) propõem não duas, mas três abordagens historiográficas: “(1) narrativa histórica orientada pelos factos-e-eventos, (2) abordagem pela periodização e (3) análise teórica” (p. 193).

<sup>155</sup> O carácter analítico evidencia-se, por exemplo, nos esforços de periodização histórica, a qual tende a assumir uma vertente evolutiva marcada pelo facto das RP se desenvolverem, nomeadamente, de uma prática manipulativa para uma prática ética, tal como foi postulado nos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984) e por autores como Cutlip, Center e Broom (1999). Hoy et al. (2007) notou, porém, que “globalmente, é difícil

socio-estruturais e de teorização” (Hoy, Raaz e Wehmeier, 2007: 192) –, verifica-se, porém, que este domínio “está a transitar (...) para uma abordagem mais analítica<sup>156</sup> e por vezes crítica” (Watson, 2013: 2). A importância de tal transição encontra eco nas palavras de Nessmann (2000), que defendeu que a historiografia das RP deve “analisar as condições sociais (económicas, técnicas, políticas, culturais, etc.) relevantes de uma sociedade” (p. 212), realçando que “não é tanto uma questão de determinar a data para a emergência das RP, mas de pôr a descoberto uma complexa rede causal” (*id.*, *ibid.*).

A circunstância dos historiadores situarem as origens das RP nos EUA resultou num paradigma histórico dominante de natureza geográfica, consubstanciado no facto de as RP terem sido postuladas durante 60 anos (Salcedo, 2011, 2012) como uma invenção daquele país (Bates, 2006) exportada para o resto do Mundo<sup>157</sup>. Tal questão está intimamente ligada à génese e à evolução da historiografia das RP, iniciada nos EUA, durante as décadas de 1930 e 1940 (Salcedo, 2011), país em que se encontra mais desenvolvida<sup>158</sup>. Em resultado, gerou-se uma notória assimetria historiográfica que se traduziu na hegemonia das obras norte-americanas dedicadas à história das RP (Watson, 2013) e, em contraste, no subdesenvolvimento do conhecimento e da investigação relativos à génese e ao desenvolvimento da prática das RP noutros continentes. De acordo com García e Salcedo (2009), acresceu a este fenómeno a prevalência do modelo norte-americano<sup>159</sup> como elemento explicativo “do nascimento e desenvolvimento das relações públicas noutros países, sem se fazer distinção entre situações políticas, sociais e económicas” (p. 14). Tal panorama só começou a inverter-se no último quartel do século XX, particularmente nos

---

detetar uma periodização sensata” (p. 194), argumentando que “às vezes, certas atividades de relações públicas são apresentadas como um delimitador de um lado enquanto no outro lado são por vezes consultados os eventos significativos na história do mundo ou da sociedade” (*id.*, *ibid.*).

<sup>156</sup> Para Watson (2013), o desenvolvimento do processo analítico depende de uma maior cooperação internacional e culturalmente diversa entre académicos e da reconsideração do “foco nos ‘Grandes Homens’ e na liderança anglo-americana (ex. modelos de Grunig)” (p. 2). De facto, Watson (2013) defende que os chamados ‘Grandes Homens’ das RP, como Arthur Page “tiveram menos influência no desenvolvimento das práticas de relações públicas na América do Norte do que aquilo que tem sido defendido” (pp. 2-3).

<sup>157</sup> Tal como notou L’Etang (2008), “os académicos dos EUA tenderam sempre a assumir que as atividades a que nos referimos como RP foram inventadas pelos Americanos e exportadas para outros locais” (p. 328).

<sup>158</sup> Segundo Bentele (2013), “só num país, os Estados Unidos, parece a historiografia das relações públicas encontrar-se num estágio mais avançado (...). Em todos os outros países, a situação não é tão avançada. Em muitos países, a escrita da história das relações públicas parece ainda estar na sua infância” (p. 245).

<sup>159</sup> De acordo com L’Etang (2008), “uma vez que as primeiras histórias sobre as RP foram maioritariamente americanas (Hiebert, 1966; Tedlow, 1979; Cutlip, 1994, 1995; Pearson, 1992; Olasky, 1987; Marchand, 1998; Ewen, 1996; Tye, 1998; Miller, 1999) e que o trabalho de Cutlip, em particular, foi extremamente detalhado e extensivo (ele empregou muitos estudantes na recolha de dados), durante muitos anos tem sido assumido em muita literatura que as origens e os desenvolvimentos da história nos EUA explicam os desenvolvimentos em todos os países” (p. 326).

anos 1990<sup>160</sup>, com o início do estudo metodológico a nível internacional (Sriramesh, 2009) e mediante a publicação das primeiras obras de âmbito internacional (Culbertson e Chen, 1996a), e, de forma mais substancial, a partir dos anos 2000 (McKie e Xifra, 2014). Vem-se verificando desde então um maior interesse pelas denominadas RP Internacionais<sup>161</sup> e observa-se que vários autores norte-americanos defenderam, pela primeira vez, que as RP não são uma invenção dos EUA, tendo-se desenvolvido, em simultâneo, na Alemanha de meados do século XIX (Hines, 2009; Wilcox e Cameron, 2009; Bentele, 2010) ou do início do século XX (Seitel, 2007). Entre os historiadores europeus tem, por seu lado, emergido a ideia das RP como uma construção contínua e continuada, evoluindo até às modernas formas do século XX, de forma mais ou menos independente dos EUA (Nessmann, 2000; Watson, 2013). Tal não invalida que a história das RP se encontre, globalmente, por realizar, pelo menos em moldes científicos, apontando Sriramesh e Verčič (2009b) a “pouca evidência empírica sobre a natureza das relações públicas em muitas regiões do mundo” (p. 3). De facto, tal estudo não existe senão de forma parcelar no que se refere à maioria das nações europeias – mas não à Europa em si – e, similarmente, a alguns países da África, da Ásia, da América Central e do Sul e da Oceânia.

Trujillo e Toth (1987) defenderam, pioneiramente, a existência de um outro paradigma quanto à origem das RP. Pearson (1992) confirmou tal hipótese através da análise de cinco livros – escritos entre os anos 1950 e 1980 por autores de ideologias diferenciadas –, quatro deles alusivos à evolução da prática das RP nos EUA (Pimlott, 1951; Tedlow, 1979; Smythe, 1981; Olasky, 1987) e um dedicado à vida e obra de Ivy Lee<sup>162</sup> (Hiebert, 1966). Tendo Pearson (1992) constatado que todos os referidos historiadores<sup>163</sup> “concordam num conjunto de factos básicos” (p. 126), traduziu na seguinte afirmação o pensamento paradigmático dos mesmos:

As relações públicas profissionalizadas são uma prática que começa nas últimas décadas do século XIX e nas primeiras duas décadas do século XX e que desponta no contexto de significativas mudanças económicas, tecnológicas e sociais associadas àquele período temporal. Estas incluem:

---

<sup>160</sup> Segundo Sriramesh (2009), “durante as suas primeiras duas décadas de existência, os estudos académicos em relações públicas foram construídos com base nas experiências de apenas algumas democracias ocidentais, principalmente os EUA e o Reino Unido. O esforço para reunir evidências empíricas sobre as atividades de relações públicas em diferentes partes do mundo, com base em fundamentos teóricos alicerçados numa metodologia sustentada, só começou no início dos anos 1990” (p. xxxiii).

<sup>161</sup> O referido interesse acrescido foi materializado pelas obras de Heath (2001b, 2010 e 2005b, 2013) e de Sriramesh e Verčič (2009a), mas também as de Watson (2014a, 2014b, 2014c, 2014d, 2015a) e, à escala unicamente europeia, pelo livro editado por Ruler e Verčič (2004a).

<sup>162</sup> Ivy Lee é “frequentemente denominado o pai das relações públicas” (Pearson, 1992: 113).

<sup>163</sup> Apesar dos traços de união, Pearson (1992), ressaltou que os referidos historiadores apresentam divergências quanto à interpretação dos factos e quanto “à forma como explicam as relações causais entre eles” (p. 126).

- uma crise de concorrência nos negócios, a qual deu origem ao monopólio capitalista,
- a crescente organização social e especialização na sociedade em geral,
- os crescentes problemas de comunicação entre os grupos,
- o desenvolvimento de abordagens científicas ao marketing, à gestão e à administração,
- os avanços na tecnologia em geral, especialmente nas técnicas de comunicação de massas,
- o aumento no nível geral de educação e
- as mudanças nos valores, com o aumento do igualitarismo (Pearson, 1992: 126).

O que está em causa é o facto do discurso fundacional e ontológico das RP tender, predominantemente, a convergir para um “paradigma de gestão” (Pearson, 1992: 129) alicerçado numa explicação de base estrutural-funcional que vê nas necessidades organizacionais<sup>164</sup> – e no interesse próprio das organizações a operar no contexto de uma “economia de capitalismo pós-industrial” (*id.*, *ibid.*) – o motor para a génese das RP. Para Pearson (1992), “a ideia nuclear [...] é que as relações públicas se desenvolvem como uma função especializada (i.e. como uma inovação estrutural nas organizações) porque são funcionais para a sobrevivência organizacional” (p. 129).

Também para Hoy *et al* (2007) a história das RP é influenciada por uma “postura paradigmática” (p. 191), embora de natureza diferente da enunciada por Pearson (1992) pois baseia-se na apresentação das RP como um constructo evolutivo. Tendo analisado 11 livros de estudo das RP<sup>165</sup>, publicados entre 1979 e 2006, os referidos autores concluíram que “a historiografia dominante das RP desenha a atividade das RP como um processo evolutivo no qual as RP se desenvolvem da manipulação para um processo de comunicação de duas-vias orientado para o diálogo” (Hoy *et al*, 2007: 191). A narrativa das RP como construção evolutiva ao nível técnico e ético terá sido iniciada por Bernays (1952), sendo “tão amplamente utilizada que já se tornou uma parte raramente questionada da historiografia dominante das RP” (Hoy *et al*, 2007: 197). Tal não significa, porém, que o paradigma seja aceite com unanimidade pelos historiadores de RP. Pelo contrário, tem sido criticado por diversos autores, nomeadamente por L’Etang (2008), que afirma que a perspetiva evolutiva das RP “não apenas em termos de habilidade intelectual e técnica, mas também moralmente” (p. 329) conta uma história que “pode ser vista como uma reconfortante fábula ou mesmo como um tratado religioso no qual as relações públicas progridem em direção ao nirvana ou à iluminação” (*id.*, *ibid.*). Também Lamme e Miller (2010) contestam o carácter evolutivo e progressivo das RP, afirmando que o mesmo “desenha um quadro falso e enganador das relações públicas” (p. 356) ao pressupor que as RP de desenvolveram através de um “padrão de práticas cada vez mais sofisticadas ou

<sup>164</sup> Pearson (1992) coloca como necessidade central das organizações a obtenção de lucros.

<sup>165</sup> Ou autores referem-se aos denominados ‘textbooks’, isto é, aos manuais de instrução académica.

mais éticas” (p. 354). Pelo contrário, consideram que a narrativa evolutiva tem servido como “tentativa para limpar a imagem das relações públicas” (*id.*, 356), defendendo que os historiadores de RP devem narrar também os episódios comprometedores – sob o ponto de vista da ética e da deontologia – da prática das RP.

Gradualmente, a hegemonia dos paradigmas tem sido percebida como um obstáculo epistemológico ao conhecimento do fenómeno que é a história das RP. Nesse sentido, Watson (2014e) advogou que “o modelo dominante de orientação empresarial da história das RP enquadrado numa democracia liberal e que exhibe crescentes padrões de ética e de prática [...] não é mais válido” (p. 876). Considera aquele autor que “a maior parte da escrita histórica sobre as RP tem permanecido confortável por demasiado tempo, exibindo uma melhoria inexorável e louvando os grandes nomes” (*id.*, *ibid.*), o que o levou a defender, consequentemente, novas abordagens historiográficas, nomeadamente o fim da centragem da narrativa nos EUA.

Numa linha de pensamento similar, McKie e Munshi (2007) consideram que muita da narrativa histórica é “única e incontestada, ou insuficientemente contestada, e necessita de se pluralizar com perspetivas robustas” (p. 119). Hoy et al. (2007) colocaram, precisamente, a questão do paradigma dominante poder suprimir visões históricas alternativas, tal como a defendida, por exemplo, por McKie e Xifra (2014)<sup>166</sup>. Estes autores defendem a necessidade de diversificação histórica, contemplando a diversidade de género e de raça e outros atores que não apenas os empresários ou os responsáveis de RP, incluindo, nomeadamente, os trabalhadores e os ativistas<sup>167</sup>. Tal posição é similar à defendida por L’Etang (2008) – que critica o pouco foco que “tem sido dado às ONGs, aos cidadãos ou às atividades dos ativistas” (p. 327) – e por Watson (2014e), que afirma que “através de uma perspetiva ativista, por exemplo, a pesquisa histórica pode evidenciar como as ONGs, os grupos de cidadãos e as comunidades têm utilizado as técnicas de RP para combater o governo e os interesses velados” (p. 876).

### III.1.2. Correntes Historiográficas

Não obstante os paradigmas dominantes na narrativa das origens e da progressão das RP, “não existe uma história única das RP obviamente correta; em vez disso, existe uma pluralidade de histórias das relações públicas” (Pearson, 1992: 112).

---

<sup>166</sup> Para McKie e Xifra (2014) a pesquisa histórica deve enquadrar-se em três blocos: “o bloco um é o contexto ambiental da globalização e as diversificações geográficas e sociais associadas. O bloco dois é relativo à escala, aos métodos e à inclusão ecológica para lidar com estas mudanças; o terceiro cobre as mentalidades centradas nas nações, os pressupostos associados aos arquivos e o impacto das alterações nos media” (p. 669).

<sup>167</sup> A inclusão dos ativistas na história das RP nos EUA foi defendida igualmente por Coombs e Holladay (2012).

Tal fenómeno é gerado pelas profundas divergências entre os historiadores que se dedicam ao estudo das RP, as quais têm por base o facto de as “interpretações históricas serem formatadas pelas construções sociais dos autores” (L’Etang, 2008: 319), tal como o é a produção bibliográfica, “necessariamente influenciada pela história individual do historiador”<sup>168</sup> (*id.*, p. 321). Com efeito, de acordo com L’Etang (2008), “as histórias são estruturadas e padronizadas pelas suposições e pelos valores dos seus autores sobre a natureza do tempo, a civilização humana, o progressismo, o situacionismo, a inevitabilidade, a agência humana, a mudança cultural, o fluxo e a transformação” (p. 319). Por essa razão, conclui a referida autora de forma global, “não existe nenhuma história «universal» ou «certa», mas sim uma série de «interpretações de interpretações»” (*id.*, p. 321). Tal posição merece, como vimos, a concordância de Pearson (1992), que argumentou não existir “uma interpretação única e privilegiada sobre o passado das relações públicas” (p. 113), mas sim diferentes perspetivas<sup>169</sup>. Segundo o autor:

Quando as explicações históricas diferem, tal não se deve apenas ao facto de os historiadores terem acesso a diferentes factos. Não existem factos históricos em bruto, apenas as interpretações que os historiadores fazem deles. De facto, os chamados factos em bruto da história são frequentemente interpretações de outros, incluindo os atores históricos em si. Não existe uma história das relações públicas única e correta; pelo contrário, existe uma pluralidade de histórias das relações públicas (p. 112).

Esta posição, que assenta na premissa de que “as explicações históricas não são neutras e incluem componentes ideológicas ou morais” (L’Etang, 2008: 322), encontra eco e expressão nas várias correntes historiográficas que se têm desenvolvido ao longo das últimas décadas para explicar a génese e o desenvolvimento das RP.

Associadas a diferentes visões do mundo e ideologias políticas, mas também a distintos focos<sup>170</sup>, as referidas correntes são formatadas pelo seu “autor e, especialmente, pela sua

<sup>168</sup> Pearson (1992), por seu lado, referiu-se à dificuldade do historiador de RP “separar a sua própria visão incipiente sobre o que a profissão devia ser daquilo em que é razoável acreditar sobre a forma como as relações públicas realmente evoluíram” (p. 116).

<sup>169</sup> Para ilustrar esta questão, Pearson (1992) evidenciou como são diametralmente opostas as visões biográficas que dois historiadores contemporâneos, Hiebert (1966) e Olasky (1987), construíram – em função da sua ideologia e do diferente papel social e económico que ambos atribuem às RP – sobre Ivy Lee. Para Pearson (1992), “o Lee de Olasky é bem diferente do Lee de Hiebert. Enquanto na biografia de Hiebert Lee é retratado como um campeão dos ideais democráticos, na de Olasky é o oposto, um mestre controlador e um propagandista firmemente alicerçado no campo do colaboracionismo e cujas ações serviram apenas para reduzir a liberdade e as escolhas individuais” (p. 125).

<sup>170</sup> L’Etang (2008) notou, neste âmbito, que as histórias das RP podem ser escritas a um nível “nacional, regional, cultural, governamental, institucional, organizacional, profissional, biográfico e autobiográfico. Elas também podem ser intelectuais, interagindo com as histórias das ideias que moldam os conceitos, as teorias e o

procedência geográfica” (Salcedo, 2011: 257). Construindo a história das RP a partir de perspectivas diferenciadas, atribuem, assim, uma interpretação própria aos factos históricos, o que conduz à organização de distintos discursos ontológicos, porque assentes na identificação e na propositura de diferentes motivações para as origens, para o desenvolvimento e para as funções das RP.

O estudo das correntes foi inicialmente realizado por Pearson (1990, 1992), que, inspirado pelos três posicionamentos históricos que Wise (1980) enunciou como envolvendo a investigação da história dos EUA<sup>171</sup>, defendeu a existência de quatro correntes historiográficas, tendo revelado o alinhamento de algumas histórias das RP com os enquadramentos históricos predominantes nos EUA.

Dez anos mais tarde, Salcedo (2011) identificou 14 correntes historiográficas distintas – incluindo as quatro definidas por Pearson (1992) –, as quais se desenvolveram no período compreendido entre os anos 1920 e a atualidade (Anexo Digital 6). Dez dessas correntes são representadas por investigadores norte-americanos, traduzindo diversas ideologias e orientações políticas, económicas e sociais. As restantes quatro congregam investigadores europeus, distinguindo-se pelo respetivo enfoque geográfico, tanto nacional como pan-europeu.

Ao nível das correntes académicas norte-americanas, a denominada ‘Progressista’ recebeu tal designação por entender as RP como uma atividade que progride temporalmente e constitui até um instrumento de progresso político e social que se desenvolve em função e a par da democracia (Salcedo, 2011), contribuindo para um cidadão informado e ativo (Pearson, 1992). Representa o seu pensamento o historiador Hiebert (1966), o qual, segundo Pearson (1992), via as RP como “um instrumento de progresso que, se as pessoas o soubessem apreciar, podia desempenhar um papel na construção de uma América ‘livre, aberta e justa” (p. 128).

Por oposição, a corrente ‘Antiprogressista’, representada por Pimlott (1951) e Tedlow (1979), colocou em causa a ideia de progresso associada às RP. A sua explicação para a origem e o desenvolvimento da prática das RP é de natureza funcionalista (Pearson, 1992), consistindo na tese de que as RP surgiram no contexto da revolução industrial, como consequência da crescente complexidade económica, social e tecnológica (Salcedo, 2011),

---

pensamento sobre as relações públicas. No entanto, existem outras abordagens à história das RP, por exemplo, o seu papel em contextos históricos mais amplos (ligada a causas e a impactos) e em histórias de âmbito político, económico, social, diplomático e internacional” (p. 319). Nessmann (2000), por seu lado, advoga que uma história das RP “bem fundamentada teria de diferenciar vários campos de atividade, por exemplo, RP as na política, negócios e administração pública, ou a história das RP como profissão” (p. 212).

<sup>171</sup> Wise (1980) identificou três diferentes filosofias ou “categorias históricas” (Pearson, 1992: 129) envolvendo a investigação histórica dos EUA: ‘Progressista’, ‘Antiprogressista’ e ‘Nova Esquerda’. Pearson (1992) acrescentou-lhes uma quarta categoria, que designou de ‘Nova Direita’.

respondendo à necessidade de especialização dos atores económicos e sociais e contribuindo, como serviço social, para um funcionamento mais suave da sociedade (Pimlott, 1951).

A corrente da ‘Nova Esquerda’, associada a Smythe (1981), faz uma leitura marxista-materialista-realista da história das RP (Pearson, 1992). Situando as origens desta prática profissional na transição do século XIX para o século XX, defende que o mundo dos grandes negócios se viu então confrontado com um impasse: por um lado, o elevado potencial para aumentar a produção de bens de consumo; por outro, a crescente hostilidade dos cidadãos face às práticas empresariais dos grandes conglomerados (Smythe, 1981). A solução encontrada para a referida contradição foi de duplo âmbito, passando pelo “controle do Estado e do seu aparelho ideológico” (*id.*, p. 57) e por “conquistar a aquiescência automática da população para um sistema racionalizado de capitalismo monopolista” (*id. ibid.*). A emergência das RP, articulada com os media<sup>172</sup>, situou-se neste segundo objetivo, servindo a tentativa de as empresas “controlarem a mente do público e, ao mesmo tempo, conseguirem gerar importantes benefícios” (Salcedo, 2011: 277), contribuindo para a manutenção do sistema capitalista. Segundo Salcedo (2011), “do ponto de vista desta perspetiva, as RP são egoístas e contrárias à responsabilidade social e à Democracia” (p. 277).

Também a corrente denominada ‘Nova Direita’, representada por Olasky (1987) e imbuída de uma lógica neoconservadora (Salcedo, 2011), vê as RP como “uma estratégia que os grandes negócios utilizam para controlar os mercados e para aumentar a lucratividade” (Pearson, 1992: 124). Porém, ao contrário da visão da ‘Nova Esquerda’, as RP são entendidas como servindo não uma tentativa de controle direto do Estado por parte das empresas, mas sim o colaboracionismo<sup>173</sup>, promovendo as “alianças das grandes empresas entre si e com o governo” (*id., ibid.*) para criar um sistema económico monopolista de regulação estatal que exclui as pequenas empresas e a concorrência. Em resultado, as RP surgem como uma prática que “logra o mercado livre” (Pearson, 1992: 124), ameaçando “os valores básicos do povo americano – a competitividade e os direitos individuais” (*id.*, p. 127), alguns dos quais inscritos na Constituição norte-americana. Olasky (1987) contestou, consequentemente, a clássica visão progressista das RP e, bem assim, a visão dos seus praticantes e beneficiários estarem ao serviço do interesse público:

---

<sup>172</sup> Note-se que, de acordo com Pearson (1992), a perspetiva de Smythe (1981) sobre as origens das RP enquadra-se no contexto da mercantilização dos media dos países capitalistas (América do Norte, Canadá e Europa), fenómeno que facilitou a sua relação com as empresas e o seu controle por parte das mesmas.

<sup>173</sup> De acordo com Pearson (1992), Olasky “reinterpretou o contributo de [Ivy] Lee e [Edward] Bernays, as principais figuras na história das relações públicas, para demonstrar como as suas filosofias suportavam o referido colaboracionismo e mostravam pouca simpatia para com as filosofias do individualismo” (p. 125).

Ele [Olsaky] sugeriu que uma leitura honesta da história das relações públicas não revela, contudo, nenhuma evidência de que os praticantes de relações públicas se estão a tornar mais éticos e profissionais ou que as empresas tenham estado a trabalhar para alcançar algo mais do que o interesse próprio (Pearson, 1992: 124).

A corrente 'Económica' centra-se na análise dos fatores económicos que se encontram na origem e no desenvolvimento das RP, postulando que estas são uma resposta empresarial ao contexto económico e político envolvente. Nesse sentido, as RP surgiram "para defender o mundo dos negócios dos ataques públicos e políticos" (Salcedo, 2011: 278), contribuindo para a manutenção do poder e para a sua legitimação pública. Tal é a posição de Olasky (1987), para quem "as RP foram a resposta a um contexto económico e social adverso aos negócios" (Salcedo, 2011: 278-279), e também de Tedlow (1979), que enfatizou mais o papel das RP como "uma estratégia corporativa para manter o poder" (Salcedo, 2011: 278), tendo ambos como referência os eventos ocorridos na primeira metade do século XX.

Em sinal contrário, a corrente 'Desenvolvimentista' interessou-se menos pelo contexto macro, preferindo centrar o seu foco no fenómeno intrínseco das RP, o que levou à eleição do desenvolvimento profissional das RP como objeto de análise. Os historiadores conectados com esta corrente (Bernays, 1923; Hiebert, 1966; Raucher, 1968) interessaram-se, conseqüentemente, pelo estudo biográfico de alguns dos pioneiros das RP, isolando assim "as características profissionais que motivaram o progresso da disciplina" (Salcedo, 2011: 278). O facto da maioria dos historiadores referidos terem sido, em simultâneo, praticantes de RP conferiu à referida corrente uma visão favorável à atividade (Salcedo, 2011).

A corrente de 'Enfoque Empresarial' assume, sobretudo, uma leitura crítica da historiografia das RP, argumentando que a mesma tem sido dominada pelo foco empresarial, negligenciando os desenvolvimentos observáveis noutros contextos (Miller, 2000). Ora, de acordo com Miller (2000), "nenhum fio da história das relações públicas pode ser entendido exceto em relação aos outros contextos, e a nenhum deve ser dada uma posição privilegiada na historiografia das relações públicas" (p. 381). Conseqüentemente, para a referida autora, o modelo historiográfico de âmbito exclusivamente empresarial é imperfeito (Salcedo, 2011), muito particularmente porque se encontra baseado "na análise de casos que se limitam a estudar a trajetória de empresas concretas" (*id.*, p. 279). A partir da análise da produção literária dos quatro historiadores associados a esta perspetiva (Gras, 1945; Raucher, 1968; Tedlow, 1979; Ewen, 1996), Miller (2000) concluiu mesmo que os casos em que aqueles centraram as suas obras "não são suficientemente significativos para permitir generalizar todo um período histórico" (Salcedo, 2011: 279).

A corrente de 'Enfoque Político', representada por Olasky (1987) e Carey (1997), colmata as lacunas da anterior ao considerar as origens das RP no âmbito do sistema político de cada país. Para Miller (2000), tal sistema – e também o social e o cultural – “condiciona a prática das RP” (Salcedo, 2011: 280).

A corrente 'Rupturista /Liberal' surgiu das propostas de Lamme e Russell<sup>174</sup> (2010), consubstanciando um assumido antagonismo face à abordagem tipificada pela corrente de 'Enfoque Empresarial' e, globalmente, à generalidade das narrativas publicadas nos últimos 100 anos sobre a história das RP. Rejeitando o “paradigma linear e progressista da bibliografia existente” (*id.*, p. 282) e defendendo um “afastamento do paradigma norte-americano” (*id.*, *ibid.*), consideram as referidas autoras que “nenhuma área da história das relações públicas foi estudada convenientemente” (Salcedo, 2011: 281). Alternativamente, a sua proposta passa pela diversificação geográfica do estudo da história das RP – abrangendo os níveis internacional, nacional e local – e pelo foco em quatro sectores: religião, educação, política e governo, e negócios. Quanto às origens das RP, Lamme e Russel (2010) atribuem-nas a cinco fatores, tal como Salcedo (2011) sintetizou: “necessidade ou desejo de ganhar dinheiro (benefício), recrutamento (de pessoas, sócios, membros...), procura de legitimidade, agitação/mobilização contra ou em defesa (de alguém ou de uma causa)” (p. 282).

Finalmente, a corrente 'Feminista' não se dedica tanto à teorização das origens das RP, mas sim a estudar o fenómeno do ponto de vista das mulheres que contribuíram para o desenvolvimento das RP enquanto prática. De acordo com Salcedo (2011), esta corrente centra-se em temas como “os salários, a satisfação laboral, o assédio sexual, a formação e a representação da mulher na história das RP” (p. 282).

Ao nível das correntes historiográficas europeias destacam-se duas de âmbito essencialmente nacional, isto é, geograficamente circunscritas: a 'Nacional Alemã' – representada por autores como Binder (1983), Oeckl (1964, 1993) e Kunczik (1997) – e a 'Nacional Britânica', à qual se encontram associados historiadores como L'Etang (1998, 1999, 2004) e Miller e Dinan (2008). Já as correntes 'Europeísta Independente' e 'Pan-europeia' visam alargar geograficamente o âmbito historiográfico, procurando enquadrar as origens e a identidade das RP à escala europeia, questões que abordaremos adiante quando traçarmos a história e a historiografia das RP na Europa e na União Europeia. Importa, contudo, definir que a corrente 'Europeísta Independente' deve tal designação ao facto de assentar no paradigma de que as RP se desenvolveram na Europa de forma independente face aos EUA (Nessmann, 2000). A corrente 'Pan-europeia', por seu turno, desenvolveu-se em torno do projeto EBOK (European Public Relations Body o Knowledge),

---

<sup>174</sup> Note-se que a partir de 2011 Karen Miller passou a assinar os seus artigos sob o nome Karen Miller Russell.

lançado no final dos anos 1990 pela EUPRERA (European Public Relations Education and Research Association).

### III.1.3. Lógicas de Explicação Histórica

Vos (2011), tendo constatado a existência de uma “lógica de explicação subjacente” (p. 119) às diferentes narrativas e correntes historiográficas, introduziu a questão das lógicas de explicação histórica sobre o fenómeno da emergência das RP como uma instituição social, as quais definiu como “o mais básico elemento do que causa o quê” (*id.*, p. 120). Da análise da historiografia das RP, isolou não uma, mas três tipologias de lógicas (Anexo Digital 7).

A lógica funcionalista<sup>175</sup> foi definida por Vos (2011) como sendo predominante nas narrativas históricas desta prática. De acordo com o referido autor, os historiadores que explicam as origens das RP a partir daquela lógica veem a emergência das RP como uma inevitável resposta funcional à necessidade das empresas se defenderem de uma ameaça exterior. Tal ameaça foi tipificada no jornalismo de denúncia que surgiu nos EUA do início do século XX (Cutlip et al., 1999), o qual expôs publicamente as más práticas empresariais e os abusos de poder<sup>176</sup>. As RP surgiram, assim, como um fenómeno de reação corporativa ao contexto envolvente, resolvendo um problema social, o qual se encontra na base da sua existência e legitimidade. Por outro lado, numa lógica que Pierson (2004) denominou de ‘funcionalismo centrado no ator’, as origens das RP são também atribuídas “ao esforço de pioneiros que viram a necessidade de um novo tipo de comunicação institucionalizada” (Vos, 2011: 125). A lógica funcionalista tem, porém, gerado diversas críticas, não sendo, portanto, consensualmente válida para explicar as origens das RP<sup>177</sup>. A lógica institucional,

---

<sup>175</sup> Vos (2011) associou esta lógica ao paradigma funcional sociológico, situando, porém, a origem de tal paradigma na biologia, tendo afirmado que “os sistemas sociais são como os sistemas ecológicos. Todos os aspetos de um ecossistema estão inter-relacionados – a mudança num espectro do ecossistema necessitará de mudanças noutros aspetos do sistema, até que o sistema alcance o equilíbrio” (p. 122).

<sup>176</sup> Apesar de Vos (2011) conceder especial destaque às origens das RP empresariais como mecanismo de defesa do jornalismo de denúncia, considerou que se enquadram também nesta lógica de explicação histórica as origens das RP associadas, por exemplo, ao nascimento da *publicity*, tal como narradas por Cutlip (1995).

<sup>177</sup> Entre as críticas à lógica funcionalista coloca-se a questão da inconsistência temporal, argumentando Vos (2011), citando Gray, Frieder e Clark (2005), que o mundo dos negócios norte-americano conheceu na segunda metade do século XIX vários escândalos similares aos denunciados no início do século XX, sem que tal tenha levado à emergência das RP. Em defesa, os historiadores funcionalistas argumentam que “foi necessário o tipo de protestos gerado pelo jornalismo de denúncia para forçar as empresas a tomarem medidas” (Vos, 2011: 124). Vos (2011) considera ainda esta lógica como tautológica – por justificar as causas com as consequências – e como a-histórica, já que o papel social e funcional atribuído às RP pode ser encontrado em diferentes civilizações. Brown (2006), por seu lado, criticou-a por introduzir uma “distorção teleológica” (p. 207) na história das RP.

por seu lado, atribui as origens das RP a determinadas instituições, argumentando que as regras, as rotinas e as táticas desta prática, assim como a formação dos seus praticantes, foram pioneiramente desenvolvidos por organismos como o Committee of Public Information (CPI), fundado nos EUA em 1917, mas também por algumas empresas. Neste contexto, a referida lógica considera relevantes os fenómenos de transferência ou de osmose institucional, considerando que as instituições sociais adotam por vezes práticas desenvolvidas por outras instituições sociais<sup>178</sup>. Embora menos criticada do que a lógica funcionalista (Vos, 2011), a lógica institucional tem, de acordo com Vos (2011), dificuldade em explicar práticas de RP anteriores à constituição do CPI, muito particularmente a *publicity*. Não obstante, tal explicação é parcialmente suportada pela crença desta lógica em que as práticas melhor adaptadas tendem a suplantar as demais, substituindo-as como caminho de desenvolvimento futuro.

Finalmente, a lógica cultural, que Vos (2011) considera minoritária, atribui as origens das RP a vários movimentos culturais<sup>179</sup>, particularmente ao progressista, que se desenvolveu nos EUA na transição do século XIX para o século XX. Assumindo e adotando os valores de tal movimento<sup>180</sup>, alguns praticantes de RP – chamando a si um papel de mediação social e de promoção da harmonia social – terão participado ativamente na demanda pela transparência nos negócios e nas políticas públicas (Vos, 2011), ora levando ao mundo empresarial, visado pela crítica dos progressistas, o primado da honestidade e da abertura ao público, ora ajudando-o a adaptar-se ao novo contexto ideológico<sup>181</sup>. Vos (2011) considera, porém, que este processo teve subjacente um objetivo de legitimação das próprias RP, argumentando que “os emergentes praticantes de RP necessitavam de adaptar as suas atividades aos ideais progressistas do público para ganharem legitimidade como uma instituição social distinta” (p. 135). Idêntica posição assume Marchand (1998) ao ligar a emergência das RP à necessidade das empresas se legitimarem publicamente a nível social e moral. Vos (2011) considerou, todavia, que o facto da lógica cultural se basear na legitimação cultural para explicar a origem e o desenvolvimento das RP a aproxima dos argumentos da lógica funcionalista:

A desumanidade das empresas americanas era um vazio que precisava de ser preenchido e as RP preencheram-no. Este tipo de lógica cultural, no entanto, implica que a legitimidade alcançada pelas relações públicas é o mecanismo seletivo na adaptação evolutiva das grandes empresas a um até então ambiente hostil. As companhias que recorreram às RP conquistaram

<sup>178</sup> Vos (2011) cita a assimilação de práticas jornalísticas por parte dos primeiros praticantes de RP.

<sup>179</sup> Vos (2011) identificou lógicas culturais baseadas em movimentos culturais desenvolvidos nos EUA.

<sup>180</sup> Nomeadamente os ideais de reforma, de cooperação, de participação (Hallahan, 2003) e de unidade social (Khurana, 2007).

<sup>181</sup> Vos (2011) notou, porém, que os praticantes de RP acabaram por usar “uma prática cultural legitimada e pô-la ao serviço dos seus próprios fins e dos fins dos seus clientes” (p. 131).

maior legitimidade do que aquelas que não o fizeram, mesmo se levou muitos anos até que o mundo dos negócios reconhecesse totalmente esse facto (p. 135).

Comparando as três lógicas e as suas limitações, Vos (2011) considerou que, ao contrário da funcionalista, tanto a lógica institucional como a cultural “veem as relações públicas num contexto temporal – não apenas como a resposta ao que o mundo necessitava num momento particular” (p. 136), situando as suas origens no início do século XX. Vos (2011) argumentou, assim, que ambas as lógicas evidenciam a importância dos contextos históricos, ao nível institucional e cultural, na emergência das RP, salientando a necessidade de estudar o impacto do fator cultural e institucional noutros países, determinando eventuais semelhanças com os atores institucionais e culturais encontrados nos EUA. Por outro lado, considerou que, contrariamente à lógica funcionalista, a institucional e a cultural permitem considerar a possibilidade de “que algumas atividades de relações públicas podem ser consequências não intencionais; ou seja, não necessariamente a intenção dos designers” (*Id.*, p. 136). Segundo o autor tal “poderia explicar como os principais pioneiros se debateram para definir o seu próprio campo” (*Id.*, *Ibid.*).

### III.2. HISTORIOGRAFIA E HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NOS EUA

O estudo da história das RP nos EUA remonta, como notámos, aos anos 1930<sup>182</sup> e 1940, tendo sido pioneiramente desenvolvido por Gras<sup>183</sup> (1939, 1945). Perante a inviabilidade espaço-temporal de analisar com detalhe a diferenciada produção que foi dedicada ao assunto nas últimas décadas, optámos por eleger apenas os autores que propuseram uma periodização<sup>184</sup> – claramente identificável e cronologicamente datável – para as origens e o desenvolvimento das RP, sobretudo a nível empresarial, e também os que estudaram o fenómeno com base numa abordagem focada na teoria<sup>185</sup>.

Considerámos, assim, Gras (1945), Goldman (1948), Bernays (1952), Cutlip, Center e Broom (1999) e Grunig e Hunt (1984), não ignorando, contudo, as periodizações propostas

---

<sup>182</sup> Apesar de Salcedo (2011) ter apresentado um livro de Bernays (1923) como pioneiro na historiografia norte-americana das RP, a obra em causa não era focada especificamente na história das RP. Também o livro de Gras (1939) não era especificamente dedicado à história das RP, muito embora contivesse referências à mesma.

<sup>183</sup> Um historiador do mundo dos negócios que, pontualmente, focou parte da sua atenção no fenómeno das RP.

<sup>184</sup> A seleção foi realizada a partir de Salcedo (2011), que elencou os principais historiadores das RP nos EUA e as principais obras que publicaram entre os anos 1930 e 1990, e também através de Hoy et al. (2007), que identificou um conjunto de quatro autores cujas obras estabeleceram uma periodização das RP.

<sup>185</sup> Procurámos, assim, seguir não uma via descritiva da história das RP nos EUA, mas sim analítica, baseada na periodização histórica e na construção de modelos, tal como defendido por Bentele (2013) e Hoy et al. (2007).

por outros autores<sup>186</sup>. A diversificação de autores permitiu uma abrangência temporal da periodização histórica das RP, atendendo a que as periodizações propostas por Gras (1945), Goldman (1948) e Bernays (1952)<sup>187</sup> findam na primeira metade do século XX e as definidas por Cutlip et al. (1999) e Grunig e Hunt (1984) são contemporâneas.

### III.2.1. Abordagem de Norman Scott Brien Gras

Norman Scott Brien Gras (1884-1956) foi não só o primeiro autor a estudar, de forma sistemática, o fenómeno histórico das RP (Salcedo, 2011), mas também o que primeiramente propôs uma tipologia de periodização para o seu desenvolvimento, associando-a às mudanças ocorridas nos diferentes sistemas económicos dos últimos cerca de 800 anos. Gras (1945) concluiu que “a política de negócios cria as relações públicas” (p. 132). De acordo com Gras (1945) o desenvolvimento das RP<sup>188</sup> pode ser dividido em três períodos distintos.

O primeiro, denominado ‘o público tem de ajudar os negócios’<sup>189</sup> (Gras, 1945: 106), decorreu entre os séculos XII e XVIII<sup>190</sup>. Foi marcado pelo primado do “bem-estar do capitalista mesquinho, o pequeno homem de negócios, que precisava de proteção e nutrição, que se erguia e caía, e cujo bem-estar se encontrava tão ligado ao do público quanto está hoje” (*id.*, p. 107). Para o autor, os empresários foram o dinamismo criativo que desenvolveu as cidades medievais europeias, agindo mediante a criação de lojas, de mercados, de associações de comerciantes, do suporte à emancipação do poder e da justiça locais, e da constituição de milícias de defesa. Resultou desse processo uma esfera pública à escala urbana, a qual foi sendo habitada por outras classes profissionais já não

---

<sup>186</sup> Hoy et al. (2007) referenciam Nolte (1979), Lovell (1982) e Simon (1986) como tendo também efetuado uma periodização histórica das RP nos EUA. Consideraram, porém, que tais periodizações eram débeis, aproximando-se mais de uma narrativa de factos e eventos, pelo que não considerámos os referidos autores.

<sup>187</sup> Veja-se também, neste âmbito, Bernays (1956).

<sup>188</sup> Note-se que Gras (1945) analisou as RP sobretudo do ponto de vista do tipo de relações que se estabeleceram historicamente entre os empresários e os diferentes públicos ou atores políticos, económicos, sociais e religiosos, ilustrando a forma como os diferentes sistemas (e políticas) económicos desenvolvidos a partir da Idade Média originaram diferentes contextos de relações públicas.

<sup>189</sup> No original, ‘the public must help business’.

<sup>190</sup> Embora Gras (1945) não estabeleça, formalmente, tal subdivisão, é possível encontrar uma segunda fase dentro do primeiro período. Corresponde a mesma, segundo o autor, ao final da “Idade Média ou início do período moderno” (p. 109), tempo associado economicamente ao mercantilismo dos séculos XVI e XVII e em que “despontou um novo tipo de homens de negócios e com eles um novo tipo de relações públicas” (*id.*, *ibid.*). Gras (1945) refere-se aos capitalistas mercantis ou comerciantes sedentários, cujas operações “eram caracterizadas por empreendimentos maiores, mais capital, áreas geográficas mais amplas de interesse e múltiplas funções cuidadosamente integradas” (p. 109).

diretamente ligadas à comercialização de bens, mas sim à prestação de serviços, envolvendo, entre outros, o clero, os médicos, os escribas, os notários e diversos funcionários municipais. Foi nesse contexto de uma civilização urbana que Gras (1945) situou o nascimento da entidade ‘público’ e, conseqüentemente, das RP praticadas junto dela, ou de partes dela, por iniciativa dos homens de negócios, considerando que “assim os negócios e o seu público estavam prontos para desenvolver as suas relações – aquelas mudanças de atitudes que chamam a atenção principalmente quando saem fora do comum” (p. 107). De acordo com Gras (1945), o mundo dos negócios prosperou através da obtenção de uma série de benefícios e privilégios, para os quais necessitou de obter a aprovação e a adesão de um público com o qual mantinha uma relação de dependência. Gras (1945) revela, contudo, que nem todos os ramos de comércio lograram obter o aludido entendimento<sup>191</sup>, tendo gerado, pelo contrário, através das suas práticas e comportamentos, o que designou de “más relações públicas” (p. 108). Tal produto relacional traduziu-se, na prática, na incapacidade daquelas classes de comerciantes obterem da parte do público e dos poderes políticos o almejado autocontrole e autogoverno, ficando sujeitas à indesejada regulação económica.

O segundo período, sob a designação ‘que o público se mantenha afastado dos negócios e os homens de negócios possam competir livremente’<sup>192</sup> (*id.*, p. 111), corresponde ao liberalismo e ao capitalismo industrial, abrangendo os séculos XVIII e XIX. Assinala, portanto, a tendência e a determinação do mundo dos negócios para alcançar maior liberdade operacional face ao público<sup>193</sup>, passando a funcionar num novo paradigma económico: “a concorrência, e não o monopólio, é que é rentável” (Gras, 1945: 118). A competição como característica idiossincrática do sistema, o mau uso da liberdade por parte dos empresários, sobretudo os de maior dimensão económica (Gras, 1945), assim como a prevalência dos interesses negociais face aos da concorrência e dos trabalhadores (Salcedo, 2011), causaram, porém, desigualdades económicas e sociais e vários abusos, tal como notou Gras (1945), ao afirmar que “a liberdade de enriquecerem [empresários] foi usada em prejuízo dos outros – pequenos homens de negócios e trabalhadores” (p. 113). Os grandes magnatas, como Cornelius Vanderbilt I, personificaram bem esta realidade e o

---

<sup>191</sup> Gras (1945) dá como exemplo o caso dos padeiros e cervejeiros, cujas RP considera terem sido “notoriamente e universalmente más” (p. 108).

<sup>192</sup> No original, ‘let the public keep its hands off business and let business men freely compete’.

<sup>193</sup> Segundo Gras (1945), “os homens de negócios pediam pouco mais do que proteção policial. Deviam ter liberdade de contratar ou despedir os trabalhadores, tal como anteriormente. Deviam ter as novas liberdades de exportação e importação, de acordo com as suas próprias noções de lucro. Deviam ser livres de desenvolver mercados no estrangeiro, seja nas suas colónias ou nas alheias. O principal e único teste das suas operações era o lucro do homem de negócios, da firma ou da companhia. O bem-estar dos concorrentes individuais ou dos trabalhadores não era algo de grande reflexão” (p. 112).

tipo de relações públicas estabelecidas<sup>194</sup>, tendo este último cunhado a célebre frase ‘o público que se dane’<sup>195</sup>, a qual, representou para Gras (1945) “a visão de inúmeros capitalistas industriais de sucesso daquela época” (p. 114).

O terceiro período, que engloba os séculos XIX e XX, recebeu a denominação ‘a liberdade económica é perigosa; a regulação e o controle são os únicos sistemas duradouros’<sup>196</sup> (Gras, 1945: 118), tendo surgido como resposta aos desequilíbrios registados no período anterior. Gras (1945) sintetizou-o na afirmação de que “o público deve ajudar os negócios a solucionar os seus problemas, assim como os da sociedade, mesmo que retornemos a uma regulamentação estrita e iniciemos o controle parcial” (p. 118). Gras (1945) subdividiu este último em cinco fases, sobrepostas, que traduzem diferentes abordagens às RP<sup>197</sup>.

Gras (1945) realizou também um primeiro esforço de periodização da prática institucional das RP, tendo delineado as diferentes fases por que terá passado o seu desempenho e a sua estruturação em ambiente empresarial. Segundo este autor, tal processo envolveu cinco etapas. Primeiramente (a partir de cerca de 1840), as empresas terão recorrido aos recursos humanos internos, nomeadamente aos administradores com formação jurídica; seguidamente (a partir de 1906), verificou-se o recurso a um consultor especialista externo em regime de partilha com outras companhias, de que foi exemplo Ivy Lee; numa terceira etapa (a partir de 1910), as competências de RP foram providenciadas já por consultores em RP; nos anos 1920, terá surgido a função do assistente do presidente encarregue das RP; finalmente, surgiram, na década seguinte, os departamentos de RP.

Gras (1945) definiu ainda o faseamento da institucionalização das RP em ambiente empresarial, o qual terá seguido, tipicamente, cinco fases, desde a identificação da

---

<sup>194</sup> Gras (1945) referiu ainda que caracterizou o período a tendência das administrações dos novos conglomerados empresariais ignorarem os seus acionistas, sobretudo num cenário de dispersão do capital.

<sup>195</sup> No original, ‘the public be damned’.

<sup>196</sup> No original, ‘economic freedom is dangerous; regulation and control are the only enduring systems’.

<sup>197</sup> A primeira (1890-1913) foi o tempo do capitalismo financeiro, de Wall Street, o qual funcionou como motor económico e gerador de uma competição cooperativa. A segunda fase (1890-1917) testemunhou o despontar da reação popular contra os grandes negócios e, de acordo com Gras (1945), as RP “eram más, em parte porque as políticas públicas eram desprovidas de uma direção clara” (p. 120). Perante este contexto antagónico, na terceira fase (1901-1945) os negócios passaram a reger-se pela máxima “que o público seja satisfeito, mas enganado” (*Id., Ibid.*). A quarta fase (1933-1940) foi marcada pelo despontar do capitalismo nacional, materializado no *New Deal*, do Presidente Franklin D. Roosevelt. Nesse novo contexto político, que reforçou o controle público sobre os empresários, o “público foi atizado não contra os judeus, como na Europa, mas contra os banqueiros de investimento – Wall Street” (Gras, 1945: 122). A quinta e última fase (1940-1945) caracterizou-se pela assimilação empresarial da máxima “que o público seja totalmente servido e totalmente informado (e porventura parcialmente educado)” (*id.*, p. 119), o que traduz uma maior preocupação ética. De acordo com o autor, tal fase testemunha também o facto dos praticantes de RP interiorizarem que “a mera *publicity* não é suficiente, sendo fundamental fazer mudanças nas políticas” (*Id.*, p. 139) empresariais.

importância da função, até à constituição do departamento de RP como uma “organização de investigação global não só para a execução de políticas e procedimentos determinados por terceiros, mas para a investigação que leva a novas políticas da empresa” (p. 134).

### III.2.2. Abordagem de Eric F. Goldman

A nomenclatura que Gras (1945) utilizou para designar cada período influenciou alguns dos autores que lhe sucederam no estudo da história das RP, muito particularmente Goldman (1948). A importância deste autor situa-se no facto de ter escrito e publicado aquela que é considerada a primeira monografia específica sobre a história das RP nos EUA (Salcedo, 2011), obra que foi motivada pelas lacunas então existentes nesse âmbito (Goldman, 1948: parágrafo 1).

A periodização proposta por Goldman (1948), de natureza progressista<sup>198</sup> e menos precisa<sup>199</sup> que a de Gras (1945), reconheceu três períodos cronológicos, encontrando-se os mesmos diretamente associados a três tipologias de profissionais de RP e a três princípios norteadores no que respeita à relação daqueles com o público.

O primeiro período, que decorre até ao século XIX, mas se centra sobretudo neste último século (Salcedo, 2011), foi dominado pelos agentes de imprensa, os quais operavam com base no princípio ‘o público seja enganado’<sup>200</sup>, procurando assim evitar “a inoportuna descoberta da verdade” (Goldman, 1948: 1) por parte dos públicos das grandes empresas e negócios. O segundo período, denominado de ‘publicity’, teve início nos anos 1900, tendo surgido em função da reação adversa ao aludido secretismo. Desempenharam um papel de charneira os jornalistas de investigação, que, ao exporem publicamente os abusos empresariais, levaram as empresas a contratar especialistas em ‘publicity’ aptos a melhorar as relações com os públicos. Para Goldman (1948) este período foi norteado pelo direito do público a uma informação verdadeira e objetiva, sendo representante de tais princípios Ivy Lee, com a sua ‘Declaração de Princípios’. O terceiro período, denominado ‘o público seja compreendido’<sup>201</sup>, é temporalmente identificado com os anos 1920, muito embora tenha começado formalmente com o início da Primeira Guerra Mundial. Define esta fase uma maior preocupação com a compreensão dos públicos, o que levou Goldman (1948) a considerar as RP como “uma rua de dois sentidos” (p. 19), descrevendo assim um processo comunicativo que leva em conta tanto o emissor como o recetor.

<sup>198</sup> Na medida em que Goldman (1948) traça uma evolução ética dos praticantes de RP, o que é patente nos princípios que foram sendo adaptados por aqueles ao longo de cada um dos três períodos históricos propostos.

<sup>199</sup> Os períodos propostos por Goldman (1948) não foram balizados por datas tão concretas como as apresentadas por Gras (1945) e, além disso, sobrepõem-se cronologicamente, havendo pouca distinção entre si.

<sup>200</sup> No original, ‘the public be fooled’.

<sup>201</sup> No original, ‘the public be understood’.

### III.2.3. Abordagem de Edward L. Bernays

Tal como Goldman (1948), também Bernays (1952) seguiu, em parte, a nomenclatura que Gras (1945) adotara para a sua periodização<sup>202</sup>. Não ignorando os antecedentes primordiais das RP<sup>203</sup>, Bernays (1952) propôs, exclusivamente para o desenvolvimento das RP nos EUA, uma divisão em sete fases<sup>204</sup>, que definimos seguidamente. Como critérios de transição entre cada período, usou fenómenos ligados ao tipo de relações estabelecidas com os públicos e também à profissionalização das RP.

Bernays (1952) associou os primórdios das RP nos EUA – Relações Públicas Americanas (1600-1800) – às campanhas publicitárias desenvolvidas a partir do século XVII pelas companhias inglesas e norte-americanas<sup>205</sup>, com o intuito de atrair colonos às terras por desbravar no então Novo Mundo, e à angariação de apoio público para a independência norte-americana, em cuja propaganda foram proeminentes Samuel Adams, considerado “o grande agente de imprensa da Revolução Americana” (Bernays, 1952: 30), John Dickinson e Thomas Paine. A atividade daqueles foi potenciada pela conquista da liberdade de imprensa e pelo surgimento, no início do século XVII, dos primeiros jornais dos EUA.

O período das Relações Públicas da Expansão (1800-1865) abrange uma fase de inédito crescimento económico, industrial, financeiro, e até territorial, dos EUA, o qual decorreu em simultâneo com o desenvolvimento e a industrialização da imprensa<sup>206</sup>, que, com a eclosão do fenómeno da imprensa popular (*penny press*), a partir de 1830, se tornou um meio de comunicação de massas, atingindo as várias classes socioeconómicas. Num contexto de interesses conflitantes a nível político e económico, as RP emergiram como uma necessidade, ainda sob a forma de *publicity*, assistindo-se à progressiva, e até desejada, penetração do mundo dos negócios e da política nos conteúdos editoriais da imprensa<sup>207</sup> (Bernays, 1952). Bernays (1952) refere ainda como tendo tipo impacto no desenvolvimento

<sup>202</sup> Com efeito, Bernays (1952) denominou algumas das fases que propôs para o desenvolvimento das RP com termos como ‘the public be damned’ e ‘the public be informed’, ambos usados por Gras (1945). O próprio Bernays (1952) cita as obras de Gras (1945) e também de Goldman (1948), referindo que os estudos históricos de ambos eram os únicos desenvolvidos até à época por académicos.

<sup>203</sup> Bernays (1952) estabeleceu as origens das RP nos primórdios da humanidade na Suméria, Babilónia, Assíria e Pérsia, tendo-se desenvolvido, posteriormente, na Europa Ocidental da Idade Média.

<sup>204</sup> Dado que Bernays (1952) escreveu a sua história das RP no início dos anos 1950, a periodização que propôs abrange apenas o período temporal decorrido até tal década.

<sup>205</sup> Bernays (1952) refere-se às companhias estabelecidas especificamente para atrair colonos para os EUA, citando como exemplo a Virginia Company, fundada no início do século XVII.

<sup>206</sup> Bernays (1952) refere que não só aumentaram as tiragens como também o número de jornais, citando que se passou de um panorama de 800 jornais (em 1830) para 1400 (1840).

<sup>207</sup> Bernays (1952) associa a este período o início, por parte das companhias, da prática de trocar espaço editorial nos jornais por investimento publicitário nos mesmos.

das RP o intenso debate público sobre a escravatura – implicando o recurso a “campanhas eleitorais, jornais, sermões, panfletos, livros e batalhas legislativas” (p. 40) – e a Guerra Civil norte-americana, ao longo da qual ambos os contendentes desenvolveram “atividades de relações públicas” (*id.*, p. 43). Adquiriram então proeminência o presidente Abraham Lincoln, “o génio das relações públicas da Guerra Civil” (*id.*, p. 44), e Jay Cooke, através das campanhas públicas que desenvolveu para vender títulos de guerra por parte da União, empregando “técnicas organizacionais e de relações públicas que seriam utilizadas mais de meio século depois na venda de Liberty Bonds na Primeira Guerra Mundial” (*id.*, p. 45). Entre os agentes de imprensa deste período destacou-se a controversa figura de Phineas T. Barnum (ver Cap. II).

No período seguinte – ‘o público que se dane’<sup>208</sup> (1865-1900) – as RP desenvolveram-se em resultado da necessidade de adaptação sentida pelos diferentes atores económicos, sociais e políticos no contexto de uma opinião pública revolucionada pela “fabulosa expansão da indústria, o declínio das oportunidades rurais e o arreigado individualismo dos industriais” (Bernays, 1952: 63). De facto, este período é visto por Bernays (1952) como um tempo imbuído “pelo espírito do barão ladrão” (p. 50), autor que, tal como Gras (1945) e Goldman (1948), referenciou o desregulado poder alcançado pelos líderes de grandes conglomerados empresariais – dirigidos com base num capitalismo “agressivo e ultra individualista” (Bernays, 1952: 51) e que não prestava “nenhuma atenção à opinião pública” (*id.*, *ibid.*) ou aos interesses dos diferentes públicos – como causa dos fortes conflitos com os trabalhadores, com os movimentos laborais e com o governo político. Como notou Bernays (1952), “ambos os lados usavam técnicas de relações públicas sem nenhum verdadeiro conceito das relações públicas tal como as conhecemos atualmente” (p. 56).

O quarto período – “o público seja informado”<sup>209</sup> (1900-1919) – correspondeu à consciencialização dos abusos cometidos na fase anterior (Bernays, 1952), questão levantada pelo jornalismo de denúncia – já referida e de que trataremos adiante a propósito da periodização proposta por Cutlip et al. (1999) – e por um conjunto de escritores, editores e trabalhadores sociais que contestaram o poder empresarial, nomeadamente os monopólios, e a sua relação corrupta com o poder político. Segundo Bernays (1952), tal oposição levou o mundo dos negócios a “reconhecer quão vital é uma opinião pública favorável” (p. 64), ainda que não tenha implicado uma mudança da sua atitude<sup>210</sup>, mas tão

<sup>208</sup> No original, “the Public be Damned”.

<sup>209</sup> No original, “the Public be Informed”.

<sup>210</sup> De facto, como notou Bernays (1952), “o jornalismo de denúncia não fez os negócios mudarem as suas nódoas; simplesmente tornou os negócios mais conscientes ao nível das palavras e fez da publicity uma das armas na luta descontrolada pela manutenção do controle social sobre a boa-vontade do público. Notícias e comunicados de imprensa escolhidos em função do seu efeito sobre o público foram enviados para os jornais.

só o recurso a um “tipo de relações públicas que era principalmente branqueamento” (*id.*, *ibid.*).

Uma mudança importante de atitude e política empresarial surgiu em 1906, como notara já Goldman (1948), quando a firma Parker & Lee, através de Ivy Lee, aconselhou um comité criado por três empresas de transporte ferroviário a não ignorar nem enganar o público, mas sim a informá-lo. O referido episódio, e também os desenvolvimentos comunicacionais registados na Primeira Guerra Mundial, através da propaganda desenvolvida pelo CPI, iniciaram, ainda que simbolicamente, a transição da velha *publicity* para as RP, abrindo caminho ao quinto período definido por Bernays (1952) – a emergência de uma nova profissão (1919-1929). Com efeito, as atividades do tipo RP não só foram enriquecidas pelos avanços e pela sofisticação alcançados no quadro da propaganda aplicada à guerra, como se encaminharam para uma nova designação e conceptualização. Tal metamorfose teve origem no início dos anos 1920, quando o próprio Edward Bernays começou a publicitar os seus serviços como ‘aconselhamento em relações públicas’<sup>211</sup> e lecionou o primeiro curso de RP ministrado pelo ensino superior norte-americano. Ainda que de forma ténue, iniciou-se então um gradual processo de distinção entre a *publicity* e as RP (Bernays, 1952), fronteira que foi aprofundada através do livro *Crystallizing Public Opinion* (Bernays, 1923). Nele, defendeu Bernays “que a teoria e a prática das relações públicas têm de ser baseadas no conhecimento total das ciências sociais” (Cutlip, 1994: 176), introduzindo, igualmente, a ideia das RP como uma função de gestão e “o conceito de relações públicas como prática de duas-vias, em contra distinção à via única da *publicity*” (*id.*, *ibid.*).

Quanto ao desenvolvimento das RP neste período, Bernays (1952) atribuiu-o a uma série de acontecimentos e tendências, incluindo o crescimento económico, o aumento do poder de intervenção do público – graças a uma maior massificação dos media – e a sua exigência de responsabilidade social empresarial, o acréscimo de concorrência entre empresas e a consequente necessidade de atrair a atenção e preferência do público, e, não menos importante, o facto da propaganda de guerra ter provado e demonstrado a sua eficácia. Este último fator terá, de acordo com Bernays (1952), convencido o mundo empresarial da necessidade e das vantagens de se relacionar com o público, tendo sido pioneiras as companhias que exploravam serviços públicos, os carros elétricos e o transporte ferroviário.

Bernays (1952) considerou que o sexto período – maturidade das Relações Públicas (1929-1941) – marcou um “grande ponto de viragem na história das relações públicas” (p.

---

Foi instituída uma ampla política de informação pública, primeiramente pelos grupos que tinham sido mais afetados pelo jornalismo de denúncia e, em seguida, por outros grupos. É interessante ver como os caminhos-de-ferro elétricos, a luz elétrica e outros interesses ligados aos serviços públicos assumiram o desafio” (p. 66).

<sup>211</sup> Note-se que o termo de RP ainda não estava nesta época autonomizado nem institucionalizado, tal como ficou patente no livro *Propaganda* (Bernays, 1928), no qual Bernays apresentou as RP como propaganda.

113), tendo ocorrido num contexto de severa depressão económica – no seguimento do *crash* da bolsa de Wall Street, em 1929 – e de profundas reformas políticas que, sob a liderança do presidente Franklin D. Roosevelt, ameaçaram o *status quo* empresarial. Tal enquadramento, acentuado pela quebra de confiança nas empresas por parte da opinião pública e política, terá levado o mundo dos negócios a perceber que “além de vender os seus produtos sob as condições desfavoráveis do declínio económico, precisava também, acima de tudo, de se vender a si mesmo ao público, para explicar o seu contributo para a totalidade do sistema económico” (p. 101).

De acordo com Bernays (1952), deu-se então uma mudança muito significativa na prática das RP, materializada no facto de várias associações empresariais terem desenvolvido campanhas públicas com o objetivo de “integrar os negócios no pensamento do povo americano” (p. 104). A própria natureza das RP terá começado a mudar, incorporando o conceito de uma prática de duas-vias. Com efeito, Bernays (1952) sustenta que o mundo dos negócios ganhou consciência da “necessidade de modificar as suas atitudes e ações para se conformar às exigências do público, assim como para levar o público a compreender a sua posição” (p. 101). Por outro lado, assistiu-se à diversificação dos sectores empresariais que recorriam aos profissionais de RP e à sua integração no âmbito governamental. Tais dinâmicas foram potenciadas pela “crescente atenção dada pelas universidades, publicistas e escritores à importância de umas RP íntegras na manutenção do nosso sistema empresarial” (*Id.*, p. 101), o que coincidiu com a aproximação das RP às ciências sociais, muito particularmente à psicologia, com a penetração dos fenómenos da opinião pública, da propaganda e das RP no mundo académico e, ainda, com a crescente edição de livros dedicados às RP e a divulgação dessa atividade na imprensa.

Finalmente, o último período – era da integração (1941-1951) – abrangeu a participação dos EUA na Segunda Guerra Mundial, com destaque para o esforço de RP desenvolvido pelo *Office of War Information* (OWI), e a fase do pós-guerra, marcada por uma dramática atividade grevista e por uma nova realidade política e económica. Para se ajustarem ao contexto envolvente, as empresas terão recorrido às RP, fazendo-o, porém, através de uma nova abordagem que tinha na base o reconhecimento de que “necessitavam de agir no interesse do público” (p. 116). Bernays (1952) designou tal abordagem de integração social, exprimindo o esforço de compatibilização dos interesses privados com o interesse público. Neste novo período as RP passaram a ser, como tal, “uma forma de diplomacia social” (Bernays, 1952: 123) ao serviço da adaptação mútua de ambos os interesses em jogo<sup>212</sup>. Para Bernays (1952) este foi um período de mudanças e de desenvolvimento nas RP<sup>213</sup>.

---

<sup>212</sup> Note-se que na base desta abordagem de integração social se encontra a visão de Bernays (1952) sobre as origens e o papel das RP. Segundo o autor, vivia-se então “numa sociedade pluralista. Há muitos interesses –

### III.2.4. Abordagem de Scott M. Cutlip

O livro *Effective Public Relations*, publicado desde o início dos anos 1950 por Cutlip e Center<sup>214</sup> (1952), contemplou, pelo menos a partir de meados dos anos 1980<sup>215</sup> (Cutlip, Center e Broom, 1985), uma periodização da história das RP nos EUA, tendo o seu conteúdo sido aprofundado, posteriormente, por Scott M. Cutlip<sup>216</sup> através dos livros *The Unseen Power. Public Relations, a History* (Cutlip, 1994) e *Public Relations History: From the 17th to the 20th Century: The Antecedents* (Cutlip, 1995).

A abordagem de Cutlip et al. (1999)<sup>217</sup>, que atribuíram o desenvolvimento das RP aos conflitos de poder e às crises decorrentes de mudanças de âmbito político e tecnológico<sup>218</sup>, foi sintetizada nos seguintes termos:

A história das relações públicas não pode ser contada dizendo simplesmente que surgiu dos agentes de imprensa. Nem pode ser totalmente contada em função das pessoas, como Ivy Lee ou Arthur Page. O esforço para comunicar com os outros e para lidar com o poder da opinião pública remonta à antiguidade; apenas as ferramentas, o grau de especialização, a amplitude do conhecimento e a intensidade do esforço são relativamente novos (p. 102).

---

económicos, raciais, sociais, e assim por diante. Se a nossa sociedade competitiva se tivesse desenvolvido a um ritmo igual, se tudo se tivesse engrenado dentro de um padrão de perfeição, poderíamos não precisar de relações públicas, porque as nossas inter-relações seriam perfeitas. Mas no seio de uma sociedade democrática existem desajustes entre indivíduos e grupos, por um lado, e a sociedade como um todo ou partes dela, por outro lado” (pp. 122-123).

<sup>213</sup> Bernays (1952) situa neste período “o aumento fenomenal do número de profissionais de relações públicas; o surgimento de associações profissionais de homens de relações públicas [Bernays (1952) refere-se muito especialmente à *Public Relations Society of America*, fundada em 1948]; o rápido desenvolvimento da literatura sobre relações públicas, incluindo livros, revistas e bibliografias; o aumento constante de cursos universitários dedicados às relações públicas e a assuntos afins; o estudo ativo e contínuo que as ciências sociais estão a promover sobre as relações públicas; o reconhecimento da área por publicações autorizadas como a *Enciclopédia Britânica* e a *Enciclopédia das Ciências Sociais*; a ampla aceitação das relações públicas por parte da indústria, do governo, das finanças, do trabalho, da arte, da literatura, da ciência, da medicina, da educação e de outros segmentos da vida americana; a propagação da profissão de relações públicas para vários países europeus” (pp. 118-119).

<sup>214</sup> Inicialmente, só Cutlip e Center (1952) participaram como autores neste livro, que teve sucessivas reedições em 1965, 1971, 1978, 1982 e 1985. Neste último ano, a autoria passou a ser assumida por Scott M. Cutlip, Alan H. Center e Glen M. Broom, alterando-se novamente após a morte de Cutlip no ano 2000.

<sup>215</sup> Não foi possível aceder às edições anteriores a 1985, razão pela qual só pudemos constatar a inclusão de uma narrativa e periodização histórica a partir da referida data.

<sup>216</sup> Cutlip (1994) situou no final dos anos 1950 o seu interesse pela investigação histórica das RP.

<sup>217</sup> Existem versões mais recentes, mas dado que as mesmas não introduziram alterações na periodização optámos por utilizar a cópia de que pudemos dispor.

<sup>218</sup> Cutlip et al. (1985) referem-se à introdução de reformas políticas de fundo e à implementação de novas tecnologias na sociedade, com as consequentes oposições populares.

Cutlip et al. (1999) dividiram o desenvolvimento das RP em quatro grandes épocas<sup>219</sup>, a última das quais – evolução para a maturidade, iniciada nos EUA dos princípios do século XX – foi subdividida em seis períodos<sup>220</sup>.

O primeiro período – era da sementeira<sup>221</sup> (1900-1917) – ficou marcado pelo já referido jornalismo de denúncia<sup>222</sup> que visava expor os abusos cometidos durante o desenvolvimento industrial dos EUA, utilizando as revistas de grande audiência, e também os jornais em franca expansão em contexto urbano e as redes telegráficas, para trazer a público informações comprometedoras para os industriais e para a classe política. Tal prática jornalística conduziu à oposição pública às práticas corporativas, forçando o Governo a introduzir medidas de regulação económica mais severas, com consequências na atividade das companhias, muitas delas monopolistas ou líderes de grandes conglomerados industriais e empresariais. Foi nesse contexto que Cutlip et al. (1999) situaram a génese das RP, que terão emergido como instrumento de defesa dos interesses e das posições empresariais. Com efeito, com os empresários sitiados entre os ataques jornalísticos e a sua própria incapacidade para vencer o tradicional secretismo do mundo dos negócios, foi necessário encontrar uma forma eficaz de diálogo com a opinião pública. Não obstante as primeiras práticas de relacionamento terem assumido puras iniciativas de silenciamento dos jornalistas<sup>223</sup>, surgiram também campanhas institucionais que procuraram recuperar a credibilidade e a legitimidade das empresas. Numa segunda fase, assistiu-se à contratação

---

<sup>219</sup> Essas épocas são definidas por Cutlip et al. (1999) como sendo: 1) génese antiga – que abrange as práticas comunicacionais das primeiras civilizações que despontaram cerca de 1800 A.C. na Bacia dos rios Tigre e Eufrates, as iniciativas e técnicas de comunicação da Grécia e da Roma antigas e as práticas observáveis na Europa, desde a Idade Média até ao século XVII; 2) primórdios Norte-Americanos – situados no século XVII e, sobretudo, na Revolução Americana; 3) anos Intermédios – associados ao século XIX, com o início dos agentes de imprensa, a modernização da propaganda utilizada nas campanhas políticas e as origens das RP em função dos desenvolvimentos verificados na indústria (início da produção em massa), nos caminhos-de-ferro, nos serviços públicos e nos *mass media*; 4) evolução para a maturidade – época iniciada nos EUA dos princípios do século XX.

<sup>220</sup> Cutlip et al. (1999) optou por uma nomenclatura que designa os diferentes períodos de desenvolvimento das RP não em função dos avanços registados nas próprias RP, mas muito mais em função dos períodos históricos em si. Sobre este tópico, Hoy et al. (2007) considera que “é possível reconstruir o critério de subdivisão em função de eventos históricos de âmbito político e económico” (p. 195), sublinhando que a periodização proposta por Cutlip et al. (1999) se inspirou na de Bernays (1952).

<sup>221</sup> Cutlip et al. (1999) designa assim este período por ter sido aquele em que se semearam as primeiras práticas modernas de RP nos EUA, entendendo-se por tal as práticas com características similares às atuais ou já efetivamente designadas como RP.

<sup>222</sup> O termo em Inglês é ‘muckracking’.

<sup>223</sup> Cutlip et al. (1999) notou que os empresários e as empresas visadas pelo jornalismo de denúncia recorreram numa primeira fase a publicitários e a advogados. Tanto uns como outros definiram estratégias que passavam pelo silenciamento da imprensa crítica, fosse pela utilização do investimento publicitário na imprensa como forma de controlar os respetivos conteúdos editoriais, fosse pela via judicial.

de jornalistas por parte de algumas empresas, os quais foram percecionados como melhor posicionados para lidar com os colegas que perpetravam as referidas denúncias. Alguns jornalistas viram nessa atividade uma oportunidade empresarial, tendo criado as suas próprias agências de *publicity*. De acordo com Cutlip et al. (1999), foi também relevante para o desenvolvimento das RP neste período a importância que o Presidente dos EUA, Theodore Roosevelt, concedeu à *publicity* e ao relacionamento com os média. Ao nível empresarial, as RP foram pioneiramente adotadas pelas empresas de transporte ferroviário e de serviços públicos – por estarem sob maior criticismo público e mais sujeitas ao incremento da regulação governamental (Cutlip et al., 1999) –, mas também por emblemáticos empresários, como John D. Rockefeller, Henry Ford, Samuel Insull e Theodore N. Vail.

O segundo período – Primeira Guerra Mundial<sup>224</sup> (1917-1918) – teve como marca distintiva os esforços de propaganda desenvolvidos por iniciativa governamental “para despertar um patriotismo fervoroso, vender títulos de guerra, recrutar soldados e angariar milhões de dólares para o bem-estar” (Cutlip et al., 1999: 112). Passou-se assim de umas RP de âmbito defensivo para umas RP ofensivas (Cutlip et al., 1999), tendo ficado patente o “poder da comunicação de massas” (*id.*, p. 123). Entre as instituições mais ativas neste período contaram-se o já mencionado CPI – dirigido por George Creel e no qual colaboraram Edward L. Bernays e diversos jornalistas, académicos e artistas – e também a *The Food Administration*, dirigida por Herbert Hoover.

O terceiro período – a Era do *boom* dos anos 20 (1919-1929) – foi consubstanciado pela transferência, para o universo empresarial<sup>225</sup>, político e social, dos princípios e das práticas de propaganda e *publicity* desenvolvidos durante a Primeira Guerra Mundial. De acordo com Cutlip et al. (1999), este foi um período de dispersão das RP, que passaram a estar presentes “no governo, nos negócios, nas igrejas, na área social [...], nos movimentos laborais e nos movimentos sociais” (pp. 123-124). Ao nível empresarial, destacou-se o trabalho de Arthur W. Page, vice-presidente da companhia de telecomunicações AT&T, e de Paul Garrett, vice-presidente da General Motors, tendo ambos sido “dos primeiros a usar a nova ciência das sondagens de opinião como base para o planeamento e avaliação dos programas de relações públicas” (Cutlip et al., 1999: 126). Academicamente, assistiu-se ao despertar do interesse pelos fenómenos da opinião pública e da comunicação de massas e, muito concretamente, ao início do primeiro curso de RP na Universidade de Nova Iorque, já referido anteriormente.

---

<sup>224</sup> Os autores referem-se ao período relativo à participação dos EUA na Primeira Guerra Mundial.

<sup>225</sup> Cutlip et al. (1999) citam o exemplo do empresário Samuel Insull e do sector das “utilities”, isto é, das empresas que gerem infraestruturas de serviços públicos, como sejam a distribuição de gás, de electricidade e de água, ou as telecomunicações e o transporte ferroviário.

A era de Roosevelt e da Segunda Guerra Mundial constituiu o quarto período que Cutlip et al. (1999) isolaram na história das RP nos EUA, balizando-o entre 1930 e 1945. A prática das RP foi potenciada pela Grande Depressão, que não só obrigou os sectores político, económico, social e académico a comunicar mais e melhor com os seus públicos, como, de acordo com Cutlip et al. (1999), produziu “um reajuste acentuado de valores e a instalação de uma nova tendência, marcada por um mais amplo reconhecimento da responsabilidade social de uma indústria ou de uma instituição” (p. 129). Com efeito, “cada vez mais os líderes em muitos contextos perceberam que os relacionamentos públicos mutuamente benéficos poderiam ser construídos apenas pela conciliação de uma atuação responsável com uma publicidade persuasiva” (*id.*, *ibid.*). O desenvolvimento das RP foi também potenciado pela apetência que Franklin D. Roosevelt sentiu pelos media – nomeadamente a emergente rádio – e pela ação de Louis McHenry, o conselheiro de RP que assessorava o então Presidente dos EUA nas estratégias de comunicação que visavam obter o apoio do público para o ‘New Deal’. Em contexto empresarial, as RP foram utilizadas para contrariar, precisamente, as reformas político-económicas de Roosevelt. A Segunda Guerra Mundial constituiu o terceiro fator catalisador no desenvolvimento das RP durante este período, fruto da constituição e ação do novo CPI, criado em 1942 (Cutlip et al., 1999), tal como o *War Advertising Council*, e ainda do incremento das atividades de RP nas forças armadas.

No quinto período – era do pós-guerra (1945-1965) – as RP beneficiaram dos desenvolvimentos comunicacionais registados durante a Segunda Guerra Mundial, potenciados pela “transição de uma sociedade industrial para uma sociedade pós-industrial orientada para os serviços” (Cutlip et al., 1999: 132), pelo desenvolvimento do comércio mundial e pelo advento da televisão como meio de comunicação de massas. Registou-se não só um aumento do número de praticantes de RP<sup>226</sup> (muitos deles formados durante a guerra), mas também uma maior aceitação da prática em si, a constituição de associações profissionais – de que é exemplo a *Public Relations Society of America* (PRSA), fundada em 1947 –, a publicação de inúmeros livros, artigos e publicações especializadas na área das RP, o alargamento e aprofundamento da formação universitária e, ainda, a internacionalização das RP, mediante a constituição, em 1955, da *International Public Relations Association* (IPRA).

Finalmente, o sexto e último período – era da informação (de 1965 ao presente) – é marcado, de acordo com Cutlip et al. (1999) pela “explosão da era da informação global” (p. 135), com a conseqüente multiplicação dos canais de comunicação, pela progressiva desindustrialização dos EUA e pela globalização da concorrência.

---

<sup>226</sup> Cutlip et al. (1999) estimaram em mais de 100 000 o número de praticantes de RP em atividade neste período.

### III.2.5. Abordagem de James E. Grunig e Todd Hunt

Ao contrário dos autores já referidos, que realizaram periodizações do desenvolvimento das RP nos EUA a partir da organização cronológica de sucessivos factos e eventos históricos, Grunig e Hunt (1984) foram pioneiros na introdução de uma análise histórica baseada em modelos teóricos.

Muito embora no capítulo II tenhamos já explanado a abordagem desses autores, é importante referir que os quatro modelos por si propostos se caracterizam, como notámos, por uma ambição de aplicação universal<sup>227</sup> e também por desenharem uma perspetiva evolutiva da prática das RP, nomeadamente ao nível ético.

Nesse sentido, alguns historiadores das RP na Europa aplicaram os modelos de Grunig e Hunt (1984), tendo Carty (2004) concluído que na República da Irlanda o primeiro modelo praticado foi o Modelo da Informação Pública, invertendo assim a sequência observada na história norte-americana das RP.

## III.3. HISTORIOGRAFIA E HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NA EUROPA

### III.3.1. Principais desafios e tendências

Apesar da prática das RP contar pelo menos um século na Europa (Ruler e Verčič, 2002, 2004b), o interesse científico pela sua história neste continente é recente, remontando ao final do século XX<sup>228</sup> (Salcedo, 2008, 2012), período em que a temática foi abordada, entre outros, por Oeckl (1993a), Nessmann (1995) e por Szyska (1997). Com efeito, os anos 1990 e, sobretudo, as duas primeiras décadas do século XXI, trouxeram um desenvolvimento significativo à historiografia das RP tanto no âmbito qualitativo como quantitativo. Ao nível da edição literária, passou-se do que podemos considerar uma historiografia subordinada<sup>229</sup>,

---

<sup>227</sup> Tais premissas foram, como notámos, criticadas por vários autores. Referindo-se, em particular, à aplicabilidade internacional dos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984), e também ao modelo de estratificação funcional integrativa criado por Bentele (2013), Watson (2013) considerou que tais construções são “uma prova de ‘relações públicas ocidentais hegemónicas’” (p. 10). L’Etang (2008) considerou que os referidos modelos não se adequam a culturas com “diferentes caminhos de evolução histórica” (p. 319), tal como notaram White, L’Etang e Moss (2009), citando como exemplo ilustrativo o caso do Reino Unido.

<sup>228</sup> Anteriormente aos anos 1990 havia já um interesse pontual pela história das RP em diferentes países da Europa, nomeadamente no Reino Unido (Gillman, 1978) e na Alemanha (Binder, 1983). A produção histórica escapava, todavia, ao rigor científico e à discussão académica, tal como notou Carayol (2004), ao assinalar, relativamente a França, a “ausência virtual de estudos históricos de carácter científico” (p. 137).

<sup>229</sup> Na medida em que a história das RP existia, sobretudo, através de capítulos de livros generalistas sobre as RP, de que são exemplo os da autoria de Sam Black (1962) e de Lougovoy e Huisman (1981), e não sob a forma de livros exclusivamente dedicados ao fenómeno histórico.

isolada/parcelar<sup>230</sup>, linguisticamente exclusiva<sup>231</sup>, geográfica e temporalmente assimétrica<sup>232</sup> e “muito preocupada em recolher dados e factos históricos” (Nessmann, 2000: 212), para uma abordagem especializada, coletiva, multinacional<sup>233</sup>, idiomáticamente uniformizada e gradualmente focada numa história social e cultural das RP<sup>234</sup>.

Foram pioneiros dessa abordagem moderna um pequeno conjunto de livros de autores vários, nomeadamente as obras *International Public Relations: A Comparative Analysis* (Culbertson e Chen, 1996a), *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice* (Sriramesh e Verčič, 2003, 2009a) e, sobretudo, *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice* (Ruler e Verčič, 2004a). Mais recentemente, surgiram novos desenvolvimentos através da publicação de dois livros relativos ao continente europeu – *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations* (Watson, 2014b) e *Western European Perspectives on the Development of Public Relations* (Watson, 2015a) –, obras integradas numa coleção dedicada à história das RP a nível mundial<sup>235</sup>.

Os artigos científicos subordinados à história das RP na Europa começaram a surgir, de igual forma, nos anos 1990<sup>236</sup>, tendo Karl Nessmann (1995) sido pioneiro, e desenvolveram-se sobretudo nos anos 2000<sup>237</sup>. Os principais veículos têm sido publicações científicas como a *Public Relations Review*<sup>238</sup> e o *Journal of Communication Management*<sup>239</sup>. São também de

<sup>230</sup> Porque trabalhada por autores não inseridos em redes europeias e limitada à realidade de cada país.

<sup>231</sup> O que se prende com o facto dos primeiros livros se encontrarem maioritariamente redigidos nos diferentes idiomas nacionais, como sucedeu com a alemã Binder (1983), tal como evidenciado por Salcedo (2012). A este propósito, Puchan (2006) argumentou que “a ausência de escritos em inglês sobre as relações públicas alemãs (...) continua a ser um problema, daí que muitos desenvolvimentos interessantes, tanto na prática como na teoria das relações públicas, continuem inacessíveis a todos os que não falam Alemão” (p. 111). Tal obstáculo idiomático foi, entretanto, ultrapassado, nomeadamente por autores como Bentele (2010, 2013, 2015).

<sup>232</sup> Se alguns países viram publicada nos anos 1970 e 1980 a história nacional das suas RP, como foi o caso, nomeadamente, da Bélgica (Bol, 1978) e da antiga República Federal da Alemanha (Binder, 1983), a maioria só o fez já nos anos 1990 e, sobretudo, nos anos 2000.

<sup>233</sup> A historiografia das RP na Europa beneficiou do interesse pelas denominadas RP Internacionais.

<sup>234</sup> Veja-se, por exemplo, L’Etang (2006b), que construiu uma história social e cultural das RP Britânicas, dedicada às figuras que contribuíram para o desenvolvimento desta atividade entre os anos 1940 e 1960.

<sup>235</sup> O título da coleção é *The National Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices*.

<sup>236</sup> A análise exaustiva que realizámos às edições da *Public Relations Review* (1975-2015) e do *Journal of Communication Management* (1996-2015) revela que foi nesta década que surgiram os primeiros artigos dedicados à história das RP na Europa. Analisámos também o *Journal of Public Relations Research* (1989-2015), mas esta publicação não devolveu, porém, quaisquer resultados nesta temática.

<sup>237</sup> Nesta década, o *Journal of Communication Management* (entre 2008 e 2011) e a *Public Relations Review* (entre 2012 e 2014) publicaram edições especiais dedicadas à história das RP, nomeadamente na Europa.

<sup>238</sup> Vejam-se Nessmann (1995), L’Etang (1998, 1999, 2014), Watson (2008, 2014e), Biçakçi e Hürmeriç (2013), Hizal et al. (2014), Theofilou e Watson (2014), Valentini e Sriramesh (2014) e Xifra e Collell (2014).

referir, na Península Ibérica, as publicações *Comunicação Pública* (Soares, 2011), *Observatorio (OBS\*) Journal* (Salcedo, 2011), *Anàlisi* (Arceo Vacas, 2006), *Comunicación y Sociedad* (Salcedo, 2012) e *Doxa Comunicación* (García e Salcedo, 2009).

O interesse pela história das RP passou, ainda, pelas conferências científicas dedicadas a esta temática<sup>240</sup>, de que foram pioneiras as realizadas por Günter Bentele, em 1995<sup>241</sup>, na Universidade de Hohenheim, e em 1996, em Offenburg. Após um longo hiato, estes eventos foram retomados em 2010 através da *The International History of Public Relations Conference* (IHPRC)<sup>242</sup>, organizada pela Universidade de Bournemouth, em Inglaterra, que desde 2012, tem feito corresponder a cada edição da referida conferência um número especial da *Public Relations Review*<sup>243</sup>.

Foi ainda no final dos anos 1990 que, no âmbito do projeto *Public Relations in Europe* – associado ao projeto EBOK<sup>244</sup> – se iniciou uma “análise etnográfica das RP na Europa, uma exploração das suas origens históricas e características específicas, assim como das possíveis inter-relações em tempo e lugares entre diferentes histórias nacionais” (Salcedo, 2012: 335), procurando-se ultrapassar as barreiras linguísticas que impediram num passado recente uma maior compreensão e partilha da história das RP nas diferentes nações europeias (Ruler e Verčič, 2004b).

Finalmente, tem também concorrido para o desenvolvimento da historiografia das RP europeias a constituição, em 2012, da *European Public Relations History Network* (EPRHN), integrada na *European Public Relations Education and Research Association* (EUPRERA).

<sup>239</sup> Vejam-se Croft, Hartland e Skinner (2008), L’Etang (2008), Salcedo (2008), Somerville e Purcell (2011), Bini, Fasce e Falconi (2011) e Raaz e Wehmeier (2011a).

<sup>240</sup> É também de referir a importância do *International Public Relations Symposium*, realizado no Lago Bled, na Eslovénia, a partir de 1994, visando possibilitar o debate entre os académicos dedicados ao estudo da emergência e prática das RP na Europa. O segundo simpósio, realizado em 1995, teve, aliás, a história das RP entre os temas principais: “*Public Relations: History, Contemporary Concepts and Future*”.

<sup>241</sup> Segundo Bentele (com. pessoal de 18/03/2015), esta foi a primeira conferência sobre história das RP realizada na Alemanha e “talvez na Europa”. Bentele contextualizou-a nos seguintes termos: “foi minha iniciativa como orador do grupo de trabalho «Relações Públicas/Comunicação Organizacional» dentro da Associação Alemã para Estudos de Comunicação e Media (fundada em 1963). [...]. Convidei duas pessoas: o Prof. Michael Kunczik (Universidade de Mainz) e o meu assistente, Dr. Tobias Liebert, para fazerem apresentações. Ambos fizeram uma apresentação de meia hora e discutimos essas apresentações” (*id.*).

<sup>242</sup> N.T.: Conferência Internacional de História das Relações Públicas.

<sup>243</sup> Estas publicações iniciaram-se em 2011, com uma edição especial do *Journal of Communication Management*, tendo transitado no ano seguinte para a *Public Relations Review*.

<sup>244</sup> O EBOK foi estabelecido em 1998 no âmbito da EUPRERA (Ruler e Verčič, 2004b), notando Salcedo (2012) que na sua génese esteve a reação a um idêntico projeto lançado em 1987 pela PRSA, o qual, visando “compilar uma bibliografia dos projetos de investigação realizados internacionalmente sobre as RP” (p. 334), “não continha uma única referência a um académico ou a um artigo europeu” (*id.*, *ibid.*).

O desenvolvimento tardio da historiografia das RP europeias prende-se com a já referida hegemonia da historiografia norte-americana (L'Etang, 2008; Salcedo, 2012; Ruler e Verčič, 2002), o que levou a que alguns autores europeus tivessem, no início da segunda metade do século XX, assimilado a conceção de que as RP tinham “por pátria os Estados Unidos” (Machado, 1968) e eram “uma invenção Americana” (Puchan, 2006: 111) exportada para a Europa Ocidental após a Segunda Guerra Mundial (Arceo Vacas, 2006). Tal fez com que “negligenciassem [...] parte da sua própria história” (Salcedo, 2012: 354), o que gerou a secundarização da historiografia europeia face à dos EUA (Miller, 2000; L'Etang, 2008), tendo, como notado, prevalecido o modelo-norte americano como explicativo do “nascimento e desenvolvimento das relações públicas noutros países, sem fazer distinção entre situações políticas, sociais e económicas” (García e Salcedo, 2009: 14).

A tese das RP como uma importação dos EUA tem sido, porém, contestada por diversos autores (Rühl, 1994; Nessmann, 1995, 2000; Szyszka, 1997; Ruler e Verčič, 2002; Ruler, 2004; L'Etang, 2008; Salcedo, 2008; Bentele, 2009), tendo Ruler (2004) notado que “muitos afirmam que as relações públicas foram inventadas nos Estados Unidos e atravessaram o oceano, juntamente com o Plano Marshall, depois da Segunda Guerra Mundial. Isso é certamente verdade para o termo, mas não para a prática” (p. 265). De facto, se Nessmann (2000) e Bentele (2015) evidenciaram que as RP já se praticavam na Alemanha, e, menos significativamente, também na Áustria, no início do século XIX – ainda que sem a utilização de tal termo<sup>245</sup>, tendo sido implementadas pelos primeiros gabinetes de imprensa –, L'Etang (1998, 1999, 2004, 2008) demonstrou como o conceito e a prática de RP remontam em Inglaterra aos anos 1920. De acordo com Binder (1983), a associação das origens das RP ao surgimento do termo ‘Relações Públicas’<sup>246</sup> prejudicou a investigação<sup>247</sup> pois “obscurece o significado de sinónimos e termos equivalentes que denotam atividades relacionadas com as RP” (Salcedo, 2012: 354) praticadas previamente<sup>248</sup>. Efetivamente, alguns autores, como L'Etang (1998), não só estabelecem a propaganda como antecessora das RP como utilizam

---

<sup>245</sup> Segundo Nessmann (2000), o termo ‘Relações Públicas’ só foi introduzido no idioma germânico em 1937. Nessmann (1995) realça, porém, que “o facto da designação Americana ter sido adotada na Europa não significa que os desenvolvimentos das RP europeias estejam diretamente ligados à história das RP nos Estados Unidos” (p. 152).

<sup>246</sup> Note-se que a tradução do termo norte-americano ‘Public Relations’ não foi linear. Se países como Itália o traduziram à letra (‘Pubbliche Relazioni’), mantendo a ordem dos dois vocábulos, já Espanha (‘Relaciones Públicas’), França (‘Relations Publiques’) e Portugal (‘Relações Públicas’) optaram pela inversão dos mesmos.

<sup>247</sup> Refletindo sobre esta problemática, Salcedo (2012) considera que “a importação de teoria dos EUA neste âmbito e, acima de tudo, a leitura – pela maioria dos países, após 1945 – do termo ‘relações públicas’ como um sinónimo das origens das RP como prática criou um nó cego na história das RP na Europa” (p. 354).

<sup>248</sup> Oeckl (1993b) referenciou que as práticas primordiais de RP não eram designadas como tal. Brauer (1993) indicou que no final do século XIX os departamentos de RP eram denominados por três termos: gabinete de imprensa ou departamento de imprensa; departamento económico e departamento técnico-literário.

ambos os termos de forma “intercambiável” (p. 414). Esta tese é suportada pela análise da prática de atividades de tipo-RP em alguns países europeus ocidentais que tiveram em comum regimes totalitários e investiram muito em propaganda nos anos 1930 e 1940 – tal como sucedeu na Alemanha<sup>249</sup>, em Portugal, em Espanha<sup>250</sup> e em Itália<sup>251</sup> –, a qual revela que as RP emergiram a partir da propaganda, fenómeno que sucedeu também na Finlândia<sup>252</sup> e na atual República Checa<sup>253</sup>. O estabelecimento da Propaganda como uma forma primordial de RP não é, contudo, consensual, sendo rejeitada por autores como Verčič, L. Grunig e J. Grunig (1996), que, como vimos no Capítulo I, defendem que a “Propaganda [...] não pode ser aceite como uma forma de Relações Públicas” (p. 42).

Subjacente à problemática da importação, ou não, das RP dos EUA encontra-se a questão da identidade e da idiosincrasia das RP europeias e, conseqüentemente, a determinação da sua diferenciação face às RP norte-americanas, questões que assumem um lugar central na historiografia das RP na Europa.

Com efeito, a definição da teoria e da prática das RP na Europa como uma tradição independente da norte-americana, e até anterior, tem sido defendida por diversos autores (Rühl, 1994; Kunczik, 1997<sup>254</sup>; Liebert (1997), Szyszka, 1997; Nessmann, 1995, 2000; Ruler e Verčič, 2002, 2004; Watson, 2013) e também pelo projeto EBOK<sup>255</sup>, os quais têm procurado demonstrar que as RP europeias evoluíram sob uma designação diferente e com características próprias<sup>256</sup>.

<sup>249</sup> Bentele (2015) considera o terceiro período da história das RP na Alemanha, que decorreu de 1933 a 1945, como sendo dominado pela prática de relações com a imprensa no contexto da propaganda política e partidária.

<sup>250</sup> Salcedo (2008) notou como em Espanha as primeiras campanhas de RP, realizadas nos anos 1950, tinham não a designação de RP, mas sim de “‘propaganda’, ‘social’, ‘educacional’ ou ‘prestígio’” (p. 286).

<sup>251</sup> Em Itália, mesmo no pós-Segunda Guerra Mundial, algumas empresas nacionais continuaram a utilizar o termo ‘Propaganda’ para nomear os seus departamentos de RP, tal como sucedeu na FIAT e na Piaggio. Já as multinacionais preferiam o termo ‘Relações Públicas’ (Bini, Fasce e Falconi, 2011).

<sup>252</sup> Herten, Melgin e Åberg (2012) referem que o conceito de RP só surgiu na Finlândia nos anos 1950, sendo anteriormente as RP designadas como propaganda, informação e iluminismo. Lehtonen (2004) refere que a primeira associação de RP na Finlândia foi fundada em 1937 sob o nome Propagandaliitto, cuja tradução é Liga de Propaganda, e que após a Segunda Guerra Mundial “Muitos dos oficiais de Relações públicas do exército foram contratados como ‘propagandistas’ por vários ministérios e gabinetes públicos” (p. 110).

<sup>253</sup> Hejlová (2014) notou que “na primeira metade do século XX, a terminologia Checa distinguia entre publicidade (*reklama*) e promoção (*propagace*). Este último termo representou as origens das RP” (p. 27).

<sup>254</sup> Kunczik (1997) evidenciou a existência de práticas de RP na Alemanha da Idade Média e, sobretudo, do período da industrialização, no século XIX.

<sup>255</sup> O projeto EBOK procurou, sobretudo, posicionar as RP como “um constructo cultural” (Ruler e Verčič, 2002), diferenciando, conseqüentemente, as RP europeias das norte-americanas.

<sup>256</sup> Tais características foram expostas no *The Bled Manifesto on Public Relations* (Ruler e Verčič, 2002), que isolou quatro delas, referindo-se ao presente e não numa perspetiva histórica, razão pela qual não as aprofundaremos.

Não obstante, a comparação ou diferenciação historiográfica das RP europeias face às norte-americanas encontra-se por realizar. Têm contribuído para tal escopo Nessmann (1995, 2000), Raaz e Wehmeier (2011a), que consideraram apenas as realidades do Reino Unido e da Alemanha e não a Europa em si, Ruler (2009) – que aponta uma clara distinção entre o advento das RP nos Estados Unidos, onde as RP despontaram centradas na esfera empresarial, e na Europa, onde emergiram centradas na esfera governamental e da administração pública – e também Nessmann (2000).

Este autor comparou as três fases iniciais do desenvolvimento das RP na Áustria e na Alemanha com idêntico período cronológico na historiografia norte-americana das RP, tendo concluído que a influência dos EUA foi inexistente na primeira fase<sup>257</sup> – abrangendo os séculos XVIII e XIX e o início do século XX – e muito ligeira na segunda, compreendida entre 1914 e 1945. Referindo-se à primeira fase, Nessmann (2000) procurou diferenciar a tradição germânica de RP da norte-americana, tendo assinalado que:

[...] as primeiras atividades de RP na América eram de natureza muito mais defensiva (por ex.º, as RP em defesa e como legitimação dos “grandes negócios” versus o criticismo do jornalismo de investigação dos jornalistas de denúncia). Em contraste, os primórdios das RP na Alemanha foram caracterizados por um trabalho ativo de informação (p. 216).

Essa tese é colocada em causa por um primeiro estudo histórico sistemático sobre a coevolução das RP e do jornalismo, isto é, um desenvolvimento conjunto de sistemas considerados complementares e interdependentes (Schönhagen e Meißner, 2016). Tendo analisado, a partir da historiografia alemã, a interação entre ambas as práticas comunicacionais, os autores concluíram que “a emergência das RP na segunda metade do século XIX foi, entre outras, uma reação ao desenvolvimento do jornalismo, que se tornou cada vez mais tendencioso” (*Id.*, p. 748). Nesse contexto, diversas organizações e empresas passaram a estabelecer e a cultivar relações com a imprensa. Na base de tal prática encontram-se, segundo Schönhagen e Meißner (2016), dois fenómenos. Primeiro, um jornalismo pautado por notícias falsificadas e pela parcialidade, para o que contribuiu um jornalismo partidário, guiado por linhas políticas e partidárias. Segundo, o facto de o contacto com o público ter deixado de poder ser feito sem recurso à imprensa, que se autonomizou e concentrou. Schönhagen e Meißner (2016) deixam implícito um terceiro fenómeno, o qual relacionaram com a necessidade de legitimação das organizações: o facto de o público ter passado a utilizar os jornais para se queixar, nomeadamente, do serviço postal, telegráfico e telefónico, levou os correios alemães a afirmarem, nos anos 1920, a importância da colaboração com a imprensa. Nesse sentido, concluem os autores que, no

---

<sup>257</sup> Pensamento similar tinha manifestado Liebert (1997), que introduziu mesmo a ideia das RP como um conceito e prática reimportados dos EUA para a Europa do pós-Segunda Guerra Mundial.

quadro de uma sociedade que passava por uma crescente diferenciação, a emergência das RP não ficou a dever-se somente às mudanças na imprensa; foi “também uma consequência de desenvolvimentos ocorridos na sociedade e na economia, os quais mudaram a relação que as empresas e as organizações tinham com o público” (*Id.*, p. 753).

A historiografia europeia das RP enfrenta outros desafios significativos. Desde logo, a ausência de uma unidade política, económica, cultural e linguística – a qual só começou a desenhar-se, parcialmente, no final do século XX<sup>258</sup> com o aprofundamento da União Europeia –, o que torna difícil construir uma narrativa europeia das RP (Hazleton e Kruckeberg, 1996). Com efeito, não existe ainda uma história unificada e comparada das RP na Europa – isto é, uma análise factual das convergências e divergências europeias no desenvolvimento das RP nos diferentes países e a construção de uma eventual periodização comum –, mas sim uma compilação das diferentes histórias nacionais. As primeiras tentativas de uma tal historiografia, embora parcelares, foram realizadas por Nessmann (2000), que comparou as realidades alemã e austríaca, e por Salcedo (2012), que estudou somente cinco países<sup>259</sup>. Ambos os autores se debateram, porém, com importantes assimetrias historiográficas. Desde logo, o facto de o estudo científico das origens e do desenvolvimento das RP na Europa ser realizado a diferentes velocidades<sup>260</sup>, com diferentes graus de aprofundamento e metodologia<sup>261</sup>, nomeadamente quanto à periodização<sup>262</sup>. Depois, a existência de diferentes concepções do que se entende por origens da prática de RP.

Nessmann (2000) situou esta última questão como “uma consequência da definição um pouco vaga das RP e da sua consequente crise de identidade” (p. 211). Tal dificuldade

---

<sup>258</sup> Recorde-se que durante cerca de 50 anos a Europa esteve dividida em dois blocos políticos, o das democracias ocidentais e o dos países do Pacto de Varsóvia, sendo ainda de acrescentar a especificidade política, económica e social dos países da Península Ibérica, que experienciaram até meados dos anos 1970 regimes ditatoriais alicerçados em mecanismos de censura aos media e das liberdades individuais.

<sup>259</sup> Reino Unido, Itália, França, Alemanha e Espanha.

<sup>260</sup> Existem países em que a problemática foi já bastante desenvolvida, mas noutros países, como o Luxemburgo ou a Suíça, ainda não existe produção historiográfica relevante. Sobre a situação helvética, veja-se a posição de Röttger (2004), que afirma que “o desenvolvimento histórico da profissão na Suíça ainda não foi investigado cientificamente. Não sabemos nada ou sabemos muito pouco sobre as origens e sobre as primeiras formas de relações públicas na Suíça, embora possamos assumir que se desenvolveu em paralelo com os países vizinhos e com o resto da Europa” (p. 429).

<sup>261</sup> São poucos os países em que a historiografia das RP foi além da descrição de factos e eventos e transitou para uma abordagem teórica ou modelar.

<sup>262</sup> A nível europeu, é conhecida periodização histórica somente para a Alemanha (Oeckl, 1993a; Bentele 1997; Nessmann, 2000; Bentele e Junghänel, 2004), Áustria (Nessmann, 2000; Spatzier, 2015), Eslovénia (Verčič, 2004), Espanha (Salcedo, 2008), Finlândia (Pietilä, 1987), Países Baixos (Ruler, 2004), Polónia (Ławniczak, 2004) e Portugal (Soares e Mendes, 2004). Verificam-se, contudo, significativas diferenças nas bases de sustentação teórica do processo de periodização desenvolvido pelos diferentes autores referenciados.

obstaculiza o processo de datação das origens das RP, as quais, de acordo com Nessmann (2000), têm “de ser consideradas à luz dos desenvolvimentos políticos, culturais, económicos e técnicos registados nos séculos XVIII e XIX” (p. 213), remetendo para fenómenos como a “industrialização, novas formas de tecnologia e racionalização; crescente democratização, literacia e urbanização; e, finalmente mas não menos importante, a emergência dos mass media, do jornalismo e da *publicity*” (*id.*, *ibid.*).

Idêntica posição têm Bentele e Wehmeier (2009), García e Salcedo (2009) e White, L'Etang e Moss (2009), autores que convergem no facto do desenvolvimento das RP ser sensível ao contexto sociopolítico<sup>263</sup>, económico e mediático. Bentele e Wehmeier (2009) notaram que “as influências políticas, económicas e sociais tiveram um impacto no desenvolvimento das RP na Alemanha” (p. 407), salientando que os principais pontos de viragem na organização do Estado alemão, desde o século XIX até cerca dos anos 1999, “se encontram [...] refletidos na periodização da história global das RP alemãs, a qual está intimamente relacionada com os períodos históricos gerais” (*id.*, pp. 407-408). Por outro lado, o desenvolvimento da Imprensa na Alemanha do início do século XX, com o crescimento exponencial do número de periódicos registado após a publicação de legislação que garantiu mais direitos e liberdade de expressão, levou as organizações públicas e privadas a um maior investimento nas RP (Bentele e Wehmeier, 2009).

Nessmann (2000) reconheceu, porém, a existência de uma distinção entre “atividades comunicacionais que são classificáveis como RP” (p. 219) e “formas modernas de RP” (*id.*, *ibid.*), não rejeitando as primeiras como parte da história. Idêntica conceção tem Bentele (2015), que distinguiu duas grandes fases na história das RP na Alemanha.

A primeira é o período da ‘pré-história’, caracterizado por ser “um tempo em que governantes medievais, imperadores, príncipes, igrejas e poetas comunicavam publicamente e em que os instrumentos de comunicação utilizados eram similares aos posteriores instrumentos de RP” (p. 44). A segunda fase diz respeito às RP modernas, que Bentele (2015) definiu como:

[...] as atividades de RP organizadas e a tempo inteiro de uma organização, gerindo a informação e o processo de comunicação entre uma organização e os seus públicos ou stakeholders e que pressupõem a existência de tipos modernos de organizações, um sistema mediático desenvolvido, uma esfera pública e um campo ocupacional no sentido estrito (p. 44).

---

<sup>263</sup> Note-se que, tal como referido na Introdução, Cutlip et al. (1985) e Harrison (1995) consideraram as RP como um fenómeno de sociedades democráticas. Esta posição não é, contudo, consistente com a documentada prática de RP sob regimes totalitários, tal como sucedeu em Espanha e em Portugal, e, globalmente, nos países do Pacto de Varsóvia, tendo Verčič, L. Grunig e J. Grunig (1996) demonstrado, num estudo de caso sobre a Eslovénia, que mesmo as RP de excelência (ver Capítulo II) podem ser praticadas “num sistema político-económico centralizado, autoritário ou totalitário” (p. 62), ainda que com “extrema dificuldade” (*id.*, *ibid.*).

Constituem igualmente problemas e desafios da historiografia europeia das RP as discrepâncias observáveis na pesquisa realizada pelos diferentes historiadores. Esta é, na maioria dos casos, meramente bibliográfica<sup>264</sup> e baseada em fontes secundárias<sup>265</sup> – reproduzindo, por vezes, ideias antigas e até erróneas –, e raramente alicerçada em pesquisa realizada em arquivos empresariais ou de associações profissionais no âmbito das RP<sup>266</sup>, metodologia cuja importância para a história das RP foi defendida por Marchand (1990), Delcambre (2000), Watson (2013), McKie e Xifra (2014). Os problemas conceptuais e metodológicos aludidos poderão explicar em parte por que razão diferentes autores, sobretudo em países tão relevantes quanto a França (Lougovoy e Huisman, 1981; Carayol, 2004; Chaudet, Carayol e Frame, 2015) e a Espanha (Barquero Cabrero, 1999; Arceo Vacas, 2006; Gutiérrez e Salcedo, 2009; Salcedo, 2008, 2012, 2015), situam tão tardiamente o início das RP nos respetivos países<sup>267</sup>.

### III.3.2. Abordagem histórica às RP nos Estados-membros da União Europeia

Na impossibilidade de abarcar as origens das RP na totalidade dos países europeus – em face dos problemas já enunciados e devido à escassez de bibliografia –, circunscrevemo-nos aos Estados-membros da União Europeia (UE). Norteou-nos o objetivo de encontrar tendências comuns e pontos de divergência, nomeadamente no que se refere à prática empresarial, por ser este o âmbito da presente investigação. Para o efeito, consultaram-se as bibliografias parcelares relativas a 23 dos 28 Estados-Membros<sup>268</sup>, tendo as lacunas sido supridas através de contactos que estabelecemos por e-mail com vários investigadores que se têm dedicado ao estudo da história das RP nos diferentes países da UE.

Resultou desse processo um quadro (Anexo Digital 8), que isola e data por décadas<sup>269</sup> quatro dimensões relativas às origens das RP<sup>270</sup> (Bentele, 2015): operacionalização

<sup>264</sup> Carayol (2004) aponta que, à falta de investigação nos arquivos das empresas francesas, “se queremos reconstruir a cronologia da emergência das relações públicas, é necessário regressar às cronologias existentes (Lougovoy e Huisman 1981, por exemplo) e às poucas análises dos debates profissionais e práticas de alguns investigadores (Cavallier 1992; Walter 1995)” (p. 137).

<sup>265</sup> Tal como se depreende da bibliografia da maioria dos autores consultados para a elaboração do quadro III.5.

<sup>266</sup> Autores como L’Etang (1998, 1999, 2004), Santos (2003) e Theofilou e Watson (2014) têm realizado investigação neste enquadramento. Ainda que com exceções, a prioridade tem, porém, sido concedida aos arquivos de associações profissionais, em detrimento dos arquivos empresariais.

<sup>267</sup> Nos anos 1940 (França) e nos anos 1950 (Espanha).

<sup>268</sup> A exclusão de cinco países – Chipre, Dinamarca, Letónia, Lituânia e Luxemburgo – deve-se unicamente à lacuna bibliográfica com que nos deparámos no que respeita à sua historiografia no âmbito das RP.

<sup>269</sup> Afigurou-se irrelevante referenciar os anos específicos de cada evento, dado que importa sobretudo extrair conclusões a uma escala abrangente que permita comparações genéricas entre os diferentes países da UE.

(constituição dos primeiros departamentos e das primeiras agências), profissionalização (estabelecimento das primeiras associações profissionais), ensino (início do ensino superior<sup>271</sup>) e educação/divulgação (publicação dos primeiros livros originais).

Tal quadro apresenta, contudo, três limitações: a) geográfica e política, atendendo a que alguns dos países da UE conheceram nos últimos dois séculos diferentes fronteiras geográficas<sup>272</sup> e diversos regimes e soberanias políticas<sup>273</sup>; b) conceptual, prendendo-se com o facto dos critérios do que se entende por RP não serem, como notámos, homogéneos entre os historiadores das RP na Europa; c) cronológica, sinalizando a existência de incongruências temporais na investigação histórica. De facto, se há historiadores que estudaram, para os respetivos países, tanto o período anterior ao surgimento do termo ‘Relações Públicas’ – ou do que se designa por “Relações Públicas e gestão da comunicação no sentido moderno” (Tampere, 2004: 98) – como o período posterior, grande parte dos investigadores têm-se focado neste último<sup>274</sup>, o que dificulta, desde logo, o estabelecimento de comparações fidedignas entre as realidades observadas nos diversos países da UE.

Não obstante os condicionalismos expostos, o referido quadro é uma base de trabalho que permite, de forma sistematizada, traçar um panorama global da introdução e da institucionalização das RP na UE. Dado que o nosso estudo se centra nas primeiras manifestações de RP em Portugal, optámos por definir apenas os primórdios das RP nos países em causa e não o seu desenvolvimento. Ao nível da prática, analisamos a constituição de departamentos de RP, e não apenas práticas pontuais – recurso a consultores, realização de campanhas pontuais, etc. – porque, de acordo com Bentele (2015), tal operacionalização corresponde à institucionalização das RP. Por outro lado, a

---

<sup>270</sup> Excluimos as dimensões referentes à génese do termo e conceito de RP nos 23 países considerados, as quais, ainda que importantes, são impossíveis de abordar face à ausência de informação bibliográfica específica para a maioria dos países, constituindo exceções, entre outros, a Alemanha, Bélgica, Espanha, Finlândia, Países Baixos, Portugal e Reino Unido.

<sup>271</sup> A exclusão do ensino profissional prende-se unicamente com o facto de ser mais difícil datar tal prática e, principalmente, com a inexistência de uma suficiente e exaustiva produção bibliográfica sobre o assunto.

<sup>272</sup> Esta questão foi acautelada já que os autores cuja bibliografia consultámos procuraram referir-se apenas à unidade territorial englobada atualmente em cada país. Sempre que o não fizeram, desconsiderámos a informação ou integrámo-la no país a que de facto respeita presentemente.

<sup>273</sup> Algumas das referidas nações só obtiveram a sua independência/soberania na segunda metade do século XX (como é o caso de Malta e dos países do antigo Bloco de Leste) ou permaneceram divididas desde o final da Segunda Guerra Mundial até ao último quartel do século XX (Alemanha).

<sup>274</sup> Vejam-se os casos de Espanha – em que a investigação sobre os antecedentes das RP tem sido escassa (Salcedo, 2012), centrando-se no período a partir do qual se detetou a utilização do termo ‘Relações Públicas’ –, Portugal, França e Estónia. Tampere (2004), referindo-se à história das RP neste último país, cujas origens são, habitualmente, situadas nos anos 1990, afirma que “embora as relações públicas também existissem mais cedo, por exemplo na Primeira República da Estónia (1918-1941), este período ainda não foi estudado” (p. 98).

mera observação de práticas ou de programas de RP tornaria difícil o estabelecimento de fronteiras temporais comparáveis, atendendo a que o conceito de ‘práticas’ ou ‘programas’ varia consideravelmente de autor para autor, influenciando a sua referência temporal.

Começando pela primeira das quatro dimensões, a análise quantitativa do referido quadro revela que a constituição de departamentos de RP na UE é, sobretudo, um fenómeno da primeira metade do século XX (anos 1920 a 1950) – período que engloba 57% dos países (Anexo Digital 9) –, verificando-se, por década, uma ênfase nos anos 1920 (18%) e também nos anos 1930, 1940 e 1950, representando cada um destes decénios 13% dos 23 países.

Qualitativamente, a análise da constituição de departamentos de RP revela a existência de assimetrias a nível cronológico e político-geográfico, materializadas numa UE a três velocidades e dividida em dois grandes blocos políticos e geográficos<sup>275</sup>. Com efeito, destaca-se o pioneirismo da Alemanha<sup>276</sup>, cuja institucionalização das RP remonta a meados do século XIX, tendo sido desenvolvida primeiramente pelo ‘Literary Bureau’, criado em 1816. Na primeira metade do século XX, e ainda que com diferenças temporais significativas, encontram-se os demais países da Europa ocidental (Áustria, Bélgica, Espanha, Finlândia, França, Grécia, República da Irlanda, Itália, Malta, Países Baixos, Portugal, Reino Unido e Suécia). Finalmente, surgem os países da Europa de Leste ou do antigo bloco Soviético, nações em que a criação de departamentos de RP se deu sobretudo nos anos 1990 (Eslováquia, Eslovénia, Estónia, Polónia, e Roménia) – coincidindo com a queda do muro de Berlim, a desagregação da antiga URSS e a transição de uma economia planificada para uma económica de mercado (Szondi, 2004) –, constituindo exceções a República Checa, que arrancou pioneiramente nos anos 1930, e também a Croácia e a Hungria (anos 1960) e a Bulgária (anos 1980). Especificamente no quadro dos países ocidentais, é importante realçar que na maioria daqueles o estabelecimento dos primeiros departamentos de RP ocorreu até aos anos 1930<sup>277</sup>, facto que desafia, desde logo, a tese de

---

<sup>275</sup> Malta poderia ser considerado um terceiro bloco pois encontra-se periferizada face aos demais países da UE, não possuindo uma associação de classe, ensino superior ou um livro traduzido na área das RP.

<sup>276</sup> A Alemanha terá sido também pioneira no estudo científico do fenómeno das RP. De acordo com Nessmann (2000), os primeiros estudos remontam a meados do século XIX e à segunda década do século XX.

<sup>277</sup> O grupo de oito países da Europa ocidental em que se verificou a criação de departamentos de RP até aos anos 1930 (Alemanha, Áustria, Finlândia, República da Irlanda, Itália, Países Baixos, Portugal e Reino Unido) representa cerca de 57% do total dos países ocidentais que o fizeram na primeira metade do século XX (1910-1950), bloco que integra, além das referidas nações, a Bélgica, a Espanha, a França, a Grécia, Malta e a Suécia, nos quais a institucionalização departamental das RP se deu nos anos 1940 e 1950. O valor percentual dos oito países pode ser maior se adicionarmos os países em que se verificou a criação de departamentos de RP nos anos 1940, mas numa fase anterior à presença norte-americana.

que a prática das RP se desenvolveu na Europa após a Segunda Guerra Mundial, fruto da influência norte-americana.

Considerando os 23 países da UE a partir da desagregação das origens dos referidos departamentos em duas tipologias – iniciativa estatal e iniciativa corporativa –, verifica-se que é possível dividir o fenómeno em três grupos<sup>278</sup>: o primeiro, e maior, é formado pelos países em que predominou a iniciativa corporativa (Bélgica, Croácia, Eslovénia, Espanha, França, Grécia, Hungria, República da Irlanda, Itália, Países Baixos e República Checa); o segundo integra os países em que os departamentos de RP tiveram origem estatal (Alemanha, Bulgária, Eslováquia, Estónia, Malta e Reino Unido); o terceiro agrega os países em que se combinaram temporalmente ambas as iniciativas (Áustria, Polónia, Portugal e Suécia). Esta partição evidencia uma menor sensibilidade às questões políticas, anulando, parcialmente, a bipolarização geográfica entre Europa ocidental e de leste.

O desfasamento geográfico-temporal é observável também no estabelecimento de agências de RP na UE, verificando-se que os países da Europa ocidental se anteciparam aos da Europa de leste. Com efeito, à exceção do Reino Unido, cuja primeira agência data dos anos 1920, de Portugal (anos 1970) e de Malta (anos 1980), em todos os demais países ocidentais considerados a fundação de agências de RP remonta aos anos 1950 e 1960. Já nos países de leste, as agências de RP arrancaram sobretudo nos anos 1990, constituindo exceções a República Checa (anos 1960) e a Eslovénia e a Hungria (anos 1980).

Também a constituição de associações profissionais na área das RP evidencia a referida divisão cronológica. Se nos países ocidentais o fenómeno teve início nos anos 1950 e 1960 – com exceção da Finlândia, dos Países Baixos e do Reino Unido, que iniciaram o associativismo nos anos 1940 –, nos países de leste remontou aos anos 1990, constituindo exceção, uma vez mais, a República Checa (anos 1980).

O desfasamento temporal entre países ocidentais e de leste é significativamente menor no que se refere à emergência do ensino superior na área das RP. Tal ficou a dever-se ao facto de as RP terem penetrado tardiamente no mundo académico na globalidade dos países da Europa ocidental. Assim, à exceção da Áustria (anos 1940) e da Bélgica (anos 1950)<sup>279</sup>, o ensino das RP só teve início nos anos 1960 (Espanha e França) e, de forma mais

---

<sup>278</sup> Excluíram-se destes três grupos a Finlândia e a Roménia, relativamente aos quais não foi possível encontrar informação suficiente para os enquadrar adequadamente.

<sup>279</sup> Embora a Áustria e a Bélgica surjam como pioneiras, a cronologia do ensino superior na área das RP é problemática pois os autores consultados (cf. Quadro III.5) não explicitaram os critérios que utilizaram para definir o que consideram ensino superior neste âmbito. Bentele (2015), por exemplo, situou a génese do ensino superior na Alemanha no início dos anos 1990, mas refere-se ao ensino sistematizado. Com efeito, Bentele (comunicação pessoal de 17/03/2015) indica que o ensino nas universidades alemãs já se fazia previamente, entre os anos 1940 e 1960, mas “não havia um único professor regular para ensinar” esse domínio, isto é, um

expressiva, nos anos 1970 (Finlândia, República da Irlanda, Países Baixos<sup>280</sup>, Portugal e Suécia) e mesmo nos anos 1980 (Grécia e Reino Unido) e até 1990 (Alemanha e Itália). Já nos países de leste, o ensino superior na área das RP foi um fenómeno que, à exceção, uma vez mais, da República Checa (anos 1960), teve início nos anos 1980 (Hungria e Polónia) e se concentrou, sobretudo, nos anos 1990 (Bulgária, Eslovénia, Estónia e Roménia) e 2000 (Croácia e Eslováquia).

Finalmente, a bipolaridade Oeste e Este é também observável na cronologia da publicação dos primeiros livros originais sobre as RP. Nos países da Europa ocidental, tal fenómeno despontou maioritariamente nos anos 1950 e 1960, portanto, já numa fase tardia da institucionalização da prática das RP ocidentais<sup>281</sup>, constituindo, porém, exceção, por defeito, a Finlândia (anos 1930), o Reino Unido e a Suécia (anos 1940), e, por excesso, a Áustria e Portugal (anos 1970) e a República da Irlanda (anos 1990). Nos países da Europa de Leste, os primeiros livros surgiram, globalmente, a partir dos anos 1990, constituindo exceções a Hungria e a República Checa (anos 1960).

Comparando entre si as cinco dimensões de análise e considerando doravante apenas os países ocidentais<sup>282</sup>, exceto a Alemanha<sup>283</sup>, verificam-se alguns fenómenos que importa relevar.

Desde logo, o facto da criação de departamentos de RP ter antecedido sempre, em pelo menos uma década, a fundação de agências de RP. Tal permite concluir que a prática das RP na UE começou por se institucionalizar ao nível departamental – na dependência direta e por iniciativa de governos, de organismos da administração pública e de empresas – e só posteriormente como negócio, isto é, ao nível dos fornecedores independentes de serviços de consultoria e assessoria técnica. A prática departamental das RP antecedeu também em todos os países<sup>284</sup> o associativismo profissional, o ensino académico e a divulgação através de livros de autores nacionais<sup>285</sup>. Muito particularmente, observa-se que o intervalo entre o

---

professor dedicado em exclusivo às RP. “A primeira cátedra instituída na Alemanha foi a «cadeira para Öffentlichkeitsarbeit/Relações Públicas»” (*id.*, *ibid.*), iniciada por Günter Bentele em 1993/1994.

<sup>280</sup> Apesar dos Países Baixos terem iniciado o ensino das RP nos anos 1940, este era inicialmente constituído por cursos introdutórios (Rule, 2004). Só nos anos 1970 surgiu a primeira disciplina específica de RP.

<sup>281</sup> Tal pode indiciar o domínio até aos 1950 e 1960 das obras norte-americanas sobre as RP.

<sup>282</sup> A exclusão dos países de Leste prende-se com o facto do fenómeno das RP ter-se iniciado ali mais tardiamente, o que enviesaria a comparação com a realidade ocidental.

<sup>283</sup> Por ser um caso atípico, já que a Alemanha iniciou a prática departamental de RP no século XIX.

<sup>284</sup> Note-se, porém, que em Espanha, na Finlândia e na Suécia houve um sincronismo temporal entre o início da prática departamental e a publicação dos primeiros livros de RP.

<sup>285</sup> O que pode significar que a teorização das RP foi importada de outros países, nomeadamente dos EUA.

início da prática departamental e a fundação de associações profissionais é considerável<sup>286</sup>, não sendo em nenhum país inferior a uma década, mas chegando em alguns casos a três (República da Irlanda) e a cinco décadas (Portugal). Mais significativo é, todavia, o diferencial temporal entre a prática departamental e a emergência do ensino superior, que não é também inferior a uma década, mas atinge em vários países três (Grécia e Suécia), quatro (Finlândia), cinco (República da Irlanda e Países Baixos) e seis (Itália, Portugal e Reino Unido) décadas. O mesmo se aplica, de forma global, ao diferencial temporal entre a prática departamental e a publicação dos primeiros livros de RP, constituindo exceções Espanha, Finlândia e Suécia, países em que se verifica um sincronismo cronológico na ocorrência de ambos os fenómenos. A fundação de agências de RP e de associações profissionais encontra-se cronologicamente mais próxima do início do ensino superior do que a prática departamental, verificando-se mesmo uma sincronização temporal em alguns países (Bélgica e Espanha), podendo haver ligação entre ambos os fenómenos<sup>287</sup>. É ainda relevante notar que o início do ensino das RP antecedeu em alguns países (Áustria e República da Irlanda) a publicação dos primeiros livros originais sobre RP – o que pode, uma vez mais, denotar a utilização de manuais norte-americanos –, muito embora a tendência maioritária tenha sido inversa e se tenha até registado, pontualmente, um sincronismo temporal (Bélgica e Portugal) entre ambos os fenómenos.

Considerando que o presente estudo se foca no universo empresarial, procuramos seguidamente especificar que tipos de empresas e, sobretudo, que sectores de atividade económica, foram pioneiros e mais determinantes nas origens da prática departamental das RP no meio empresarial da UE (Anexo Digital 10).

A análise percentual (Anexo Digital 11) dos sectores de atividade (Anexo Digital 10) evidencia o papel central do sector das comunicações (19%)<sup>288</sup>, e também dos sectores da energia<sup>289</sup> (13%), dos transportes (13%) e da petroquímica (13%), e, com ligeira menor expressão, dos sectores financeiro<sup>290</sup> (10%) e agroalimentar (10%). Menos relevantes foram os sectores da indústria de equipamento elétrico, do automóvel, da siderurgia, do turismo e do calçado.

Numa análise breve ao panorama nacional dos países considerados, verifica-se que a implantação de departamentos de RP nas empresas desenha uma UE a três velocidades,

---

<sup>286</sup> Se aceitarmos, como Bentele (2015), que tais organizações são importantes no desenvolvimento das RP (institucionalização e delimitação profissional, formação, profissionalização e autorregulação), então a definição e a organização do campo das RP terá ocorrido tardiamente face ao início da prática departamental.

<sup>287</sup> Ainda assim, o intervalo temporal atinge em alguns países duas, três ou mesmo quatro décadas.

<sup>288</sup> Inclui correios e telecomunicações.

<sup>289</sup> Engloba empresas de produção e distribuição de eletricidade e gás.

<sup>290</sup> Engloba instituições dos sectores bancário e segurador.

tal como evidenciado anteriormente. No grupo dos pioneiros, figura apenas a Alemanha<sup>291</sup>, cuja prática departamental de RP surgiu na Krupp, em 1893, com o estabelecimento do primeiro “departamento de imprensa corporativo” (Bentele e Wehmeier, 2009: 409), e também na Siemens, que em 1899 empregou um oficial de RP e em 1902 criou um departamento para as relações com a imprensa (Puchan, 2006), tendo-se dedicado também às RP internacionais (Zipfel, 1997).

O segundo grupo engloba os países que constituíram departamentos de RP empresariais na primeira metade do século XX: na Áustria, foi pioneiro o sector agroalimentar; na Bélgica tiveram primazia os sectores petroquímico e dos seguros; em Espanha os primórdios centraram-se na Unidat Eléctrica S.A. (UNESA) – uma associação de empresas do sector da produção de energia eléctrica, que em 1958 possuía já um departamento de RP<sup>292</sup> – e no sector dos transportes, através da RENFE (Esparcia, 2009), que em 1964 criou um departamento de RP “com o objetivo de silenciar críticas da opinião pública” (p. 65)<sup>293</sup>; em França, predominou o sector petroquímico; na Grécia assumiu pioneirismo a Izola<sup>294</sup>, produtora de aparelhos eléctricos domésticos; na República da Irlanda foi pioneira a companhia Electrical Supply Board (ESB), que em 1927 nomeou o seu primeiro oficial de RP e criou um departamento de RP; em Itália, o primeiro departamento de RP foi criado nos anos 1930 pela Linoleum, empresa do grupo Pirelli; nos Países Baixos, os primeiros gabinetes de imprensa empresariais surgiram no início do século XX, tendo os PTT (telefones e correios) criado, em 1927, aquele que terá sido o primeiro departamento empresarial de RP<sup>295</sup>; em Portugal, predominou o sector das comunicações, através da APT (Santos, 2003); no Reino Unido, foram pioneiras a Gas Light and Coke Company, a British Overseas Airways Corporation, a Rootes Motors, a Brookland Racing Track, a Shell e a J.

---

<sup>291</sup> Bentele (2015) relaciona a emergência das RP empresariais alemãs com os desenvolvimentos económicos e tecnológicos do século XIX – no quadro das grandes indústrias que então se formaram na mineração, no aço (Krupp), na electrónica (nomeadamente a AEG e a Siemens) e na química – e com a conflitualidade que surgiu entre as empresas e a classe operária. Este último fenómeno foi sobretudo relevante no desenvolvimento das relações com o público interno e também da responsabilidade social, a qual data do final do século XIX, tendo sido motivada pela assunção dos empresários como líderes de uma família de trabalhadores e pelo seu temor face à ocorrência de greves e de rebeliões.

<sup>292</sup> Segundo Barquero Cabrero (1999), os primeiros trabalhos de RP da UNESA passaram por “iniciar uma campanha de imprensa que dissipasse a imagem deformada que os meios de comunicação apresentavam frequentemente da indústria eléctrica” (p. 624).

<sup>293</sup> Barquero Cabrero (1999) enquadra o nascimento das RP em Espanha na necessidade de diferentes empresas e organizações obterem prestígio.

<sup>294</sup> Ainda que sem referir datas concretas, Theofilou e Watson (2014) e Yannas (2004) apontam que também nos anos 1950 empresas como a Shell, Mobil e Siemens possuíam departamentos próprios de RP.

<sup>295</sup> Ruler (com. pessoal de 26/04/2015) refere a primazia do Jaarbeurs na criação, em 1917, de um departamento de propaganda. Tratando-se, contudo, de um centro de exposições, não lhe atribuímos significativa importância como estrutura empresarial. Ainda no âmbito empresarial, a KLM criou em 1946 o seu departamento de RP.

Lyons & Company; na Suécia, a iniciativa departamental coube às empresas públicas (Larsson, 2006), tendo sido pioneiras as companhias de transporte ferroviário e de correios. Ainda relativamente ao segundo grupo, é relevante referir a influência internacional verificada em alguns países da Europa do Sul, nomeadamente em Espanha<sup>296</sup>, na Grécia<sup>297</sup>, em Itália<sup>298</sup>, em França<sup>299</sup> e em Portugal<sup>300</sup>. Finalmente, o terceiro grupo integra os países da Europa de Leste, que iniciaram as RP empresariais nos anos 1960 (Croácia) e 1990 (Eslovénia e Estónia), tendo constituído exceção a República Checa, cujos primórdios neste âmbito remontam aos anos 1930.

---

<sup>296</sup> Se Salcedo (2008) notou a importância de empresas como a Nestlé nos primórdios das RP em Espanha no último quartel do século XIX, Esparcia (2009), cingindo-se à segunda metade do século XX, argumenta que as atividades de RP foram desenvolvidas através da “implantação de empresas multinacionais que transferem a sua estrutura interna e o seu funcionamento para as filiais espanholas mediante atuações inicialmente miméticas” (p. 64). Esta mesma tese é defendida por Arceo Vacas (1999).

<sup>297</sup> Theofilou e Watson (2014) notam que na génese das RP na Grécia, nos anos 1950 houve “uma evidente influência internacional [...]. A ajuda financeira, os investimentos feitos por companhias internacionais e a direção dada pela literatura dos EUA tiveram um grande impacto no desenvolvimento das RP na Grécia” (p. 703).

<sup>298</sup> De acordo com Bini, Fasce e Falconi (2011), a prática das RP em firmas italianas foi bastante influenciada pelas companhias e pelas agências governamentais dos EUA. A primeira a criar um departamento de RP foi a Esso Standard Italiana, no final dos anos 1940, tendo as empresas de origem italiana assumido maior protagonismo a partir dos anos 1950.

<sup>299</sup> Lougovoy e Huisman (1981) evidenciaram o impacto norte-americano nas origens das RP em França, o qual se fez sentir nos anos 1920 – década em que um grupo de profissionais dos EUA se deslocou a Paris para criar uma agência de RP – e, com mais relevância, nos anos 1940, quando no âmbito da execução do Plano Marshall, diversos empresários franceses viajaram para os EUA para ali estudarem as práticas de RP, importando-as para França. Para Lougovoy e Huisman (1981), “as filiais francesas das companhias norte-americanas (e nomeadamente as companhias petrolíferas) serão as primeiras a aplicar as técnicas” (p. 18) de RP em França. Os referidos autores indicam como razão para o pioneirismo das petrolíferas, sobretudo da Esso-Standard (Carayol, 2004), a defesa perante a ameaça que representava o processo de privatizações industriais realizado em França no pós-guerra.

<sup>300</sup> Vejam-se, a este propósito, autores como Lampeira (1988), Fonseca (2001, 2011), Santos (2003), Soares (2011) e Soares e Mendez (2004).

### **PARTE III**

## **ORIGENS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS EM PORTUGAL**

## – CAPÍTULO IV –

### CONTEXTO ENVOLVENTE E CONCEITO E PRÁTICAS PRIMORDIAIS DE RP

**N**a medida em que o contexto histórico influencia as origens e a prática das RP (cf. cap. III), pretende-se neste capítulo caracterizar o enquadramento que terá envolvido – e porventura influenciado ou determinado – as primeiras manifestações de RP empresariais no Portugal do início do século XX (1910-1948). Nesse sentido, e ainda que de forma necessariamente sintética, propomo-nos analisar o ambiente político, económico, social e mediático. Num outro plano, caracterizamos o ambiente comunicacional, visando identificar a emergência da conceptualização, teorização e prática da Publicidade, o surgimento do conceito de RP e também dos fornecedores especializados intimamente ligados às RP.

Por se tratar do objeto de estudo e ser necessário desenvolvê-lo mais aprofundadamente, isolámos num subcapítulo o fenómeno da emergência das práticas de RP em contexto empresarial. Atendendo ao estudo de caso, documentamos apenas as práticas num conjunto limitado de empresas, tendo dado relevo às inseridas no setor de atividade das comunicações, particularmente aos Correios, Telégrafos e Telefones (CTT), organização intimamente ligada à APT, e à Companhia Portuguesa Rádio Marconi (CPRM).

#### IV.1 AMBIENTE POLÍTICO, ECONÓMICO E SOCIAL

O período em análise ficou marcado pela vigência de três sistemas políticos: Primeira República (1910-1926), Ditadura Militar (1926-1933) e Estado Novo (1933-1974). Para a sua análise, focamo-nos nas questões e realidades contextuais intrínsecas ou novas que emergiram no decurso dos referidos sistemas e nas que terão exercido maior pressão para a comunicação por parte das empresas e do universo empresarial.

##### IV.1.1. Primeira República

Implantada em 5 de outubro de 1910 na sequência da forte crise do sistema monárquico (1890-1910), à qual não foi alheira a intensa atividade de propaganda iniciada por volta dos anos 1870 (Homem, 1990), a Primeira República apresentou-se sob uma matriz ideológica

liberal, anticlerical, patriota, centralista/autoritária, modernizadora, insurrecional (Freire, 1999), anti-monopólios (Samara, 2009) e assente na moralização do País (Ramos, 1911).

Baseada politicamente num sistema multipartidário com um partido dominante (Pinto, 1999), teve, como sistema, uma longevidade curta, de cerca de 15 anos. Ao longo desse período viveu-se, contudo, uma grande instabilidade política, materializada no facto de terem sido empossados 45 governos (Pinto, 1999), o que representa, abstratamente, uma média de três executivos governamentais por ano<sup>301</sup>, alguns dos quais tiveram uma longevidade extraordinariamente breve. Verificou-se, decorrentemente, uma acentuada inconstância governativa, ilustrada pelo elevado número de ministros que dirigiram os diferentes ministérios da República (Anexo Digital 12). Entre os ministérios afetados contaram-se os do Comércio e do Comércio e Comunicações, que tutelaram a atividade da APT como empresa concessionária do Estado português. Ao nível da chefia do Estado a instabilidade não foi menor<sup>302</sup>.

A instabilidade do regime foi também gerada pela divisão republicana que se tornou patente logo em 1911, pelas incursões monárquicas, pelas revoltas constantes (Vicente, 1999; Farinha, 2009), sobretudo no quinquénio 1915-1919<sup>303</sup>, pelos golpes militares, pelas intontas<sup>304</sup> e também pelas ruturas democráticas – catalisadas pela crise política que envolveu a participação de Portugal na Primeira Guerra Mundial – que constituíram as ditaduras de Pimenta de Castro (1915) e de Sidónio Pais (1917-1918).

Não obstante as suas debilidades, os governos da Primeira República lograram fazer importantes investimentos na rede viária, no saneamento básico, nas comunicações, na iluminação elétrica, na educação<sup>305</sup>, na defesa e a nível social. Neste último domínio, além da publicação, em 1911, do decreto que impôs o descanso semanal obrigatório e da criação, em 1916, do Ministério do Trabalho e Previdência Social, o regime ficou marcado pelas origens do Estado-Providência (Cardoso e Rocha, 2009). Iniciado em 1919, tinha como objetivo “o advento de uma nova era de cooperação entre trabalho e capital, uma época de justiça social” (Pereira, 1999: 70), procurando fazer a “reforma da sociedade mediante a proteção do indivíduo” (Pereira, 1999: 51), o trabalhador que a ideologia liberal do século XIX deixara desprotegido face à pobreza, ao desemprego, à doença ou à incapacitação para o trabalho. Ainda em 1919, foram publicados o regulamento para a

---

<sup>301</sup> Só entre janeiro de 1920 e março de 1921 foram empossados 10 Chefes de Governo (Serra, 1999).

<sup>302</sup> Segundo Serrão (1989), “nos seus incompletos 16 anos de existência, a I República tivera oito chefes de Estado, dos quais apenas um [...] alcançara cumprir por inteiro o quadriénio presidencial. Tinha havido duas renúncias [...] duas substituições para conclusão de mandato [...], um presidente assassinado [...] e um chefe de Estado [...] derrubado pelo ato revolucionário de 5 de dezembro de 1917” (p. 320).

<sup>303</sup> Período em que se viveu “uma fase aguda de perturbação das relações cívico-militares” (Serra, 2009)..

<sup>304</sup> Veja-se a ‘intontona radical’ de abril de 1912 (Serra, 2009).

<sup>305</sup> Combatendo uma taxa de analfabetismo que em 1911 rondava, na população adulta, os 70% (Mata, 2009).

construção de bairros sociais, o decreto que estabeleceu o dia laboral de oito horas e a semana de trabalho de 48 e as Bolsas Sociais de Trabalho (Pinto, 2009a; Samara, 2009b).

As reformas introduzidas ficaram, contudo, longe de satisfazer o operariado urbano (Serra, 2009), que se foi desiludindo com um regime mais focalizado na questão da estabilidade política do que nas questões económicas e sociais (Samara, 2009b). Assim, às promessas da propaganda republicana – que anunciara um surto económico (David Pereira, 2009) e uma sociedade mais justa, pautada pela “dignificação do mundo do trabalho” (Samara, 2009a: 70) – corresponderam um renovado movimento operário focado na ação direta<sup>306</sup> e um surto grevista sem precedentes no país<sup>307</sup>. Este último foi enquadrado e suscitado por uma lei da greve promulgada em dezembro de 1910, a qual ficou aquém das ambições do universo operário<sup>308</sup>. Só nesse ano, entre outubro e dezembro, ocorreu um total de seis dezenas de greves (Serra, 2009).

Mais relevante é a visão de conjunto do fenómeno a partir dos dados estatísticos associados às três fases do crescimento do movimento grevista, tal como definidas por Tengarrinha (1981). Se na primeira fase, abrangendo os anos de 1871 a 1886, foram realizadas 140 greves, na segunda (1887-1908) ocorreram 1428 e na terceira (1909-1920) um total de 3068 greves. A média anual de greves registada em cada fase – que passou de 8,8 para 64,9 e 255,7 – ilustra bem a dimensão e a expressão que a luta operária adquiriu durante a Primeira República e, bem assim, o seu potencial impacto na vida empresarial<sup>309</sup> e económica do País.

A contestação social fez-se sentir, como referido, logo durante o primeiro executivo da República, sistema que manteve uma relação ambígua com o sindicalismo e até o repudiou<sup>310</sup>. Não raras vezes, os grevistas e os operários foram tratados com violência, alimentado-se a ideia de que aqueles “se articulavam com outros conspiradores contra o regime” (Samara, 2009b: 159). Em novembro de 1910 sentiram-se os prenúncios da

---

<sup>306</sup> Segundo Pereira (2009b), o movimento operário mudou de feição no início do século XX, tendo adotado “paulatinamente a ação direta contra o patronato como única forma de fazer frente ao crescente aumento da carestia de vida” (p. 421).

<sup>307</sup> A multiplicação do número de greves teve raízes nos movimentos reivindicativos das classes trabalhadoras iniciados ainda antes da revolução de 1910, através do projeto sindicalista-revolucionário (Freire, 1999). Segundo Samara (2009), o movimento grevista remontava pelo menos a 1903.

<sup>308</sup> Samara (2009b) nota que a primeira desilusão dos operários com a República foi justamente a Lei da Greve, que “ficaria conhecido como o «decreto-burla», justamente por ter defraudado as expectativas do mundo operário” (p. 157).

<sup>309</sup> Veja-se o caso da Companhia das Águas de Lisboa (CAL), que em agosto de 1917, confrontada com uma greve dos trabalhadores, se viu obrigada a comunicar aos respetivos acionistas o impacto do incidente na empresa e as medidas tomadas para o resolver (CAL, 1917).

<sup>310</sup> Sousa (1931) notou que “um dos governantes que maior ódio votava ao movimento sindicalista era Afonso Costa” (p. 95), conhecido como o ‘racha sindicalistas’.

agitação social que se seguiria, com a realização em Lisboa, de uma reunião de caixeiros para exigir o descanso ao Domingo e um máximo de 12 horas de laboração diária. A esse movimento reivindicativo sucedeu, um dia depois, a greve dos trabalhadores dos elétricos da Carris e, posteriormente, a das telefonistas. O ano de 1911, marcado pela promulgação da Constituição de 1911, não trouxe uma realidade social diferente. Em janeiro, grupos populares assaltaram os edifícios onde estavam instalados alguns jornais de tendência monárquica e declarou-se a greve dos caixeiros, episódios que constituíram tão só o prelúdio das greves que assolaram a grande Lisboa em março (Almeida, 2009). Ao executivo liderado por Augusto de Vasconcelos (1867-1951) coube enfrentar em janeiro de 1912 uma nova crise política e social, despoletada pela greve dos trabalhadores rurais do concelho de Évora, a qual teve como ponto crítico uma greve geral solidária, realizada no mesmo mês pelos trabalhadores de Lisboa. A essa greve logo sucedeu a do pessoal dos elétricos de Lisboa. Uma nova greve geral, agendada para junho, acabou por levar Vasconcelos a solicitar a exoneração nesse mesmo mês. Foi então nomeado Duarte Leite (1864-1950) para formar Governo, o qual cessou funções menos de seis meses volvidos, sendo necessário esperar pela indigitação de Afonso Costa (1871-1937), em janeiro de 1913, para que o país conhecesse um executivo cuja governação durasse pelo menos um ano. No final do seu mandato, ocorrido em fevereiro de 1914 – um ano central para a história da organização operária (Samara, 2009b) e, muito concretamente, para a unidade sindical (Samara, 2009b) –, Afonso Costa teve de enfrentar a greve dos ferroviários, que impediam a circulação dos comboios, obrigando o Governo a mobilizar o exército e as forças policiais para assegurar o funcionamento dos transportes sobre carris.

A participação de Portugal na Primeira Guerra Mundial representou um custo elevado<sup>311</sup> (Reis, 2009), tendo adensado a instabilidade política (Pinto, 1999), os conflitos sociais (Samara, 2009b) e os problemas financeiros e económicos do País.

As consequências deram-se, desde logo, a nível governamental pois a volatilidade dos executivos atingiu a maior expressão<sup>312</sup> (Pinto, 1999). Socialmente, os sucessivos governos enfrentaram a oposição do movimento operário e sindical ao envolvimento de Portugal na Guerra (Serra, 2009), o que deteriorou ainda mais a imagem que o regime tinha dos operários<sup>313</sup>. Economicamente, verificou-se a desvalorização cambial do Escudo (Mata,

---

<sup>311</sup> Segundo Reis (2009), “no plano externo ficou patente a fragilidade do Estado português. No plano interno, à súbita impopularidade dos democráticos e do próprio Afonso Costa, somou-se a imediata divisão das Forças Armadas e a onda de motins e de greves, que facilitaram o êxito do golpe sidonista” (p. 572).

<sup>312</sup> Refere Pinto (1999) que “embora fosse um acontecimento endémico durante todo o regime republicano, o ritmo de queda de governos atingiu o seu cume no período do pós-guerra” (p. 31).

<sup>313</sup> Samara (2009b) nota que “na conjuntura da guerra, chegou a ser referido que os operários eram pagos com ouro alemão. De inimigos do regime, os operários passaram a traidores” (p. 159).

2009), a perturbação da política republicana de equilíbrio das contas públicas, por força dos gastos com a participação na guerra (Mata, 2009), e a quebra da produtividade por via da mobilização de trabalhadores destacados para os contingentes.

A população foi afetada dramaticamente pela perda de poder de compra, tendo os preços “praticamente triplicado entre 1914 e 1919, de então até 1924 multiplicaram-se por oito” (*Id.*, p. 199), pelas falhas de abastecimentos nos produtos de que o País era dependente (Rollo, 2009a) e pelas práticas de açambarcamento levadas a cabo por comerciantes, visando a especulação com os víveres, o que levou ao surgimento do mercado negro<sup>314</sup>. Em tal contexto, sobrevieram além das greves os tumultos populares em ambiente urbano<sup>315</sup>, o que levou a que em julho de 1917<sup>316</sup> o Governo declarasse o estado de sítio em Lisboa e que a União Operária Nacional (UON) – cuja liderança foi nesse ano tomada pela “corrente que preconizava a ação direta” (Joana Dias Pereira, 2009: 422 – convocasse uma greve geral<sup>317</sup>.

Nesse ano, deu-se, com o apoio do movimento operário e sindical (Serra, 2009), o golpe de 5 de dezembro, que instituiu a chamada República Nova, uma ditadura pessoal marcada pela subalternização do Parlamento ao Presidente da República, Sidónio Pais (1872-1918). A sua tomada de posse, em maio de 1918, coincidiu com uma forte agitação – desencadeada pela falta de alimentos – e propaganda operária, que se radicalizaram (Joana Dias Pereira, 2009), o que levou a que o Governo tivesse decretado o estado de sítio em Lisboa (Serrão, 1995b).

Com o regresso dos democráticos ao poder entrou-se numa segunda fase do regime republicano, vigente de 1919 a 1926 e marcado por uma grande instabilidade política<sup>318</sup> (Reis, 2009). Esse período, que alguns historiadores denominam de ‘nova República velha’ ou de ‘República do pós-guerra’ (Rosas, 2009), distinguiu-se por um processo de “recomposição política, económica e social, centrado na questão de saber que resposta dar à crise que agravadamente abalava o sistema liberal e a vida do país” (*Id.*, p. 409).

Iniciada em 1919, data em que, como veremos no capítulo VI, a APT deu os primeiros passos na prática das RP, a nova fase apresentou-se “grávida de conflitos sociais e políticos sem precedentes” (*Id.*, p. 410). Marcaram-na, com efeito, “uma intensa agitação social e

---

<sup>314</sup> No qual, segundo Mata (2009), “os bens estavam disponíveis, mas ao preço de equilíbrio dos mercados, sendo por isso acessíveis apenas aos grupos sociais mais elevados” (p. 197).

<sup>315</sup> Em maio de 1917 Lisboa e Porto foram assolados por greves, motins e assaltos a mercearias e armazéns, tendo ocorrido na capital a “famosa «revolução da batata»” (Samara, 2009b: 158).

<sup>316</sup> O ano da Revolução Russa, que tornou mais ameaçadoras as ofensivas operárias (Joana Dias Pereira, 2009).

<sup>317</sup> Segundo Pereira (2009b), a greve geral de 1917, organizada contra a carestia de vida, “foi o movimento mais alargado levado a cabo pela central sindical [UON], e possivelmente o momento de maior agitação social a que a Primeira República Portuguesa assistiu” (p. 423).

<sup>318</sup> Nota Reis (2009) que “entre as eleições de maio de 1919 e as eleições de janeiro de 1922, sucederam-se no poder 14 ministérios” (p. 573).

política” (Pereira, 1999: 47), o agravamento da “clivagem social originada por uma contrastante distribuição da riqueza” (Pinto, 2009a) e um enorme aumento do custo médio de vida<sup>319</sup>. Contribuiu para a conflitualidade social o relançamento, em 1919, da organização operária, mediante a fundação da Confederação Geral do Trabalho (CGT), que substituiu a UON, e o início do jornal operário *A Batalha*, órgão oficial da UON/CGT e que se tornou “no terceiro diário com maior tiragem do país” (Pinto, 2009a: 415). Foram também fatores de acrescida conflitualidade a emergência nesse ano da Legião Vermelha<sup>320</sup> e o facto de o patronato ter manifestado a sua adversidade para com as medidas sociais que, como referido, foram lançadas em 1919 pelo Governo (Pinto, 2009a).

A todo esse contexto, marcado pela chamada ‘ameaça vermelha’<sup>321</sup>, por uma ameaça de greve geral e pelas vitórias obtidas pelos movimentos grevistas (Joana Dias Pereira, 2009), respondeu o Governo com o endurecimento da repressão do movimento operário, o que levou a uma inédita confrontação violenta entre operários, patronato e Estado<sup>322</sup>. Isso mesmo ficou patente na greve de âmbito nacional dos ferroviários, que se estendeu de julho a agosto, com ações de sabotagem e de descarrilamento de locomotivas da Companhia dos Caminhos de Ferro Portugueses (CP). Em reação, o Governo não só ordenou a invasão das estações ferroviárias pelo exército, como determinou a utilização do ‘vagão-fantasma’, um vagão aberto preenchido com grevistas presos e que circulava à frente das locomotivas, guardado por militares armados, visando dissuadir a sabotagem das vias férreas. Também em 1919, o Governo de Domingos Pereira autorizou “a GNR a abrir fogo sobre os grevistas do Barreiro” (Pinto, 2009a: 415) – cuja greve na Companhia União Fabril (CUF) desencadeou “o maior movimento de solidariedade pelo direito associativo” (Pereira, 2011: 80) – e determinou o encerramento das instalações da UON e o confisco de exemplares de *A Batalha*, tendo o seu corpo redatorial sido detido.

Evitada em 1919, a greve geral ocorreu no ano seguinte, com graves consequências (Serrão, 1995b). Despoletada pelo congelamento dos vencimentos e promoções dos funcionários públicos, levou à demissão de Domingos Pereira (1882-1956). O novo Governo foi chefiado pelo coronel António Maria Baptista (1866-1920), mas as greves continuaram ao

---

<sup>319</sup> Rollo (2009a) refere que “em 1919 o custo médio de vida em Portugal subira, por comparação com 1914, 316 por cento, chegando a 2286,4 por cento em 1925” (p. 527).

<sup>320</sup> Fundada por anarquistas e por membros da Juventude Sindicalista, visava lutar contra as injustiças sociais e os favorecimentos da burguesia, sendo vista pelo Estado republicano e pelas organizações patronais “como sendo uma espécie de braço armado dos sindicatos” (Farinha, 2011: 94).

<sup>321</sup> Segundo Pinto (1999) os anos do triénio 1919-1921 foram “o período áureo dos anarcossindicalistas da CGT” (p. 39), estando o termo ‘ameaça vermelha’ ligado à influência da revolução Russa nos movimentos operários.

<sup>322</sup> De acordo com Pereira (2009b), “o Executivo, fortemente motivado pelas companhias implicadas, aplicará inéditos métodos coercivos, condenando o movimento à derrota. [...] Nunca como naqueles meses, entre maio e setembro de 1919, o operariado, o patronato e o Estado se enfrentaram tão violentamente” (p. 427).

longo de 1920, tendo-se dado a paralisação dos funcionários dos serviços telefónicos e dos transportes e ocorrido ataques bombistas aos edifícios da APT (cf. Cap. V) e de outras companhias, e também de alguns jornais. No final de 1921, ano marcado pela depressão económica e pelos acontecimentos dramáticos da «noite sangrenta» (Pereira, 1924; Pinto, 1999), em que a violência política atingiu “o seu ponto mais alto” (Reis, 2009: 573), Cunha Leal (1888-1970) assumiu o Governo, tendo permanecido no cargo até fevereiro de 1922. No plano social, deu-se um novo foco de agitação e de confrontação mediante a greves dos Elétricos, a qual levou a que o governo tivesse ordenado a intervenção da polícia para evitar perturbações da ordem pública.

António Maria da Silva (1872-1950), que liderou três governos sucessivos<sup>323</sup>, beneficiou da maior estabilidade política e social que o regime republicano conheceu no pós-guerra (Farinha, 2009). Na base dessa mudança esteve o abrandamento das lutas operárias, verificado a partir de 1922-1923 (Freire, 1999), as quais foram negativamente afetadas pelas divisões e cisões entre bolchevistas e anarquistas que enfraqueceram o movimento sindical português<sup>324</sup> e também pela crise económica e o consequente desemprego. Se em 1925 a CGT estava “oficialmente desagregada” (Joana Dias Pereira, 2009: 438), recrudescera, todavia, o terrorismo. A Legião Vermelha, que vitimou Adolfo Viana, empresário e administrador da CUF assassinado em 1922, foi, contudo, desmantelada em 1925, na sequência do atentado contra o comissário-geral da Polícia de Lisboa. A acalmia política e social findou, porém, durante o último Governo da Primeira República, liderado por António Maria da Silva, que enfrentou uma pronunciada instabilidade, provocada, nomeadamente, pela questão dos tabacos (Serrão, 1989).

O golpe militar de 28 de maio de 1926 pôs fim “à agonia da I República” (Serrão, 1989: 342). As causas que levaram o regime a sucumbir têm sido atribuídas a vários fatores, incluindo os político-culturais (Reis, 2009). Considerando as principais circunstâncias que o enfraqueceram e lhe foram subtraindo legitimidade política, Pinto (1999) postulou que “o eixo analítico mais apropriado para a análise da queda do regime republicano remete para as relações civil-militar no âmbito de uma crise de legitimidade da I República” (p. 42).

#### IV.1.2. Da Ditadura Militar ao Estado Novo

A aludida crise do demoliberalismo insere-se num contexto mais amplo da crise da democracia e de sucesso das propostas ditatoriais nos anos 1920-1930. Nesse

---

<sup>323</sup> Entre fevereiro de 1922 e novembro de 1923.

<sup>324</sup> Segundo Pereira (2009b), a partir de 1920 a CGT perdeu “progressivamente capacidade mobilizadora face ao aumento do desemprego, à crise económica e ao esgotamento da tática reivindicativa, que se via ultrapassada pela inflação contínua” (p. 433).

enquadramento, sucederam à República a Ditadura Militar e o Estado Novo. Embora diferenciados, partilharam a mesma matriz ditatorial, o que influenciou bastante nas questões económicas, sociais e laborais.

Instaurada na sequência do 28 de maio de 1926, a Ditadura Militar teve uma longevidade de escassos sete anos, tendo constituído uma fase de transição para o longo Estado Novo, que vigorou de 1933 a 1974. Segundo Rosas (1994c), o período da Ditadura Militar foi “um dos mais agitados e politicamente complexos da nossa história do século XX” (p. 151), tendo sido marcado pela “liquidação de mais de um século [...] de experiência liberal (sob a forma monárquica e republicana) e o parturejamento de um novo regime autocrático, corporativo, antiparlamentar e anticomunista” (*Id.*, *ibid.*).

As razões que levaram as forças armadas a assumir o controle político do País encontram-se num certo consenso nacional “tão amplo quanto equívoco [...] em torno da necessidade de regenerar a pátria através do afastamento dos homens do Partido Republicano Português das cadeiras do Poder” (*Id.*, p. 155). Pretendia-se, muito concretamente, impor a ordem, sanear as finanças públicas, relançar a economia e criar as condições para uma nova ordem política (Rosas, 1994c).

Mais do que fazer a história da Ditadura Militar, que não é o escopo desta tese, interessa destacar o seu impacto na sociedade, fundamentalmente ao nível económico e social, sendo certo que financeiramente os primeiros anos, até 1928, foram de “descalabro” (*Id.*, p. 169), fruto da ação do general Sinel de Cordes (1867-1930) na pasta das Finanças (Rosas, 1994c) e dos gastos militares acrescidos com o combate às revoltas reviralthistas<sup>325</sup>.

O agravamento da crise económica e financeira acabou por levar à entrada de Salazar (1889-1970) no governo de Vicente de Freitas (1869-1952), tendo assumido a pasta das Finanças em abril de 1928. A sua participação no executivo, ainda que bem-sucedida no reequilíbrio das contas públicas, implicou, todavia, “o primeiro passo de um projeto económico e político bem mais vasto, que contrariava o essencial dos desígnios do republicanismo militar e conservador” (*Id.*, p. 170). Estava em causa uma ditadura financeira que tinha implícito um projeto político.

A Ditadura Militar exerceu uma ação repressiva generalizada, tendo reforçado a polícia política<sup>326</sup> e instaurado, em 1926, a censura prévia à imprensa (cf. IV.2.5.). Tal via anunciou-se logo em maio de 1926 quando, mal chegado ao poder, a greve geral convocada nesse mês pela CGT foi cancelada “após a ameaça, lançada à direção pelo general Mendes Cabeçadas, de encerramento dos sindicatos e detenção dos dirigentes” (Joana Dias

---

<sup>325</sup> Movimento tutelado e dirigido “pela elite político-militar republicanista” (Rosas, 1994c: 210) que procurava restabelecer a Primeira República.

<sup>326</sup> Estimando-se em cerca de 15 000 o número de presos políticos que o regime e o Estado Novo fizeram entre 1926 e 1939 (Rosas, 1994c), valor a que é necessário somar os exilados políticos.

Pereira, 2009: 438). Estava dado “o primeiro repto do regime fascista ao movimento operário” (*Id., ibid.*), que, na sua tripla expressão organizada – anarco-sindicalismo, comunistas e socialismo reformista (Rosas, 1994c) –, e ainda que enfraquecido pelas crises de 1921 e 1929 e pelas divisões internas, protagonizou, juntamente com o reviranhismo republicanista e sob sua iniciativa, a oposição à Ditadura Militar.

Apesar de não ter feito uma oposição sistemática ao movimento operário nem o ter eleito como inimigo principal (Rosas, 1994c), e de ter mantido abertos os sindicatos já existentes e a respetiva imprensa<sup>327</sup>, a Ditadura Militar reprimiu ainda assim a atividade sindical. Se em 1926 repôs em vigor a lei das associações de 1891 – a qual “proibia as federações sindicais, impondo a prévia autorização policial e a presença de representantes da «autoridade» nas reuniões sindicais” (*Id.*, p. 230) –, em 1927 encerrou a sede da CGT<sup>328</sup> e o jornal operário *A Batalha*, acabando mesmo por a ilegalizar na sequência do atentado contra o diretor da Imprensa Nacional, ocorrido em novembro. O apoio do movimento operário ao reviranhismo traduziu-se, como nota Rosas (1994c), “em centenas de ativistas operários presos e deportados e em graves golpes nas suas estruturas políticas clandestinas, reduzidas praticamente à inatividade até à «reanimação» verificada em 1930-1931” (pp. 230-231). Nesse biénio, fruto da depressão internacional, verificou-se um aumento do desemprego “e o patronato, apertado pela crise e seguro do apoio da nova situação política, aumenta as jornadas de trabalho, baixa os salários mesmo em termos nominais e despede sem grandes contemplações” (*Id.*, p. 231).

Foi nesse contexto que se deram novas greves e se reanimou a atividade sindical, que em 1929 passou a contar com a Comissão Intersindical, criada pelo Partido Comunista Português (PCP) e atuante na clandestinidade. Ao PCP, que aumentou a sua influência a partir de 1931<sup>329</sup>, nomeadamente junto dos meios sindicais, coube nesse ano a iniciativa de convocar uma greve geral<sup>330</sup>, que teve uma réplica, igualmente sem êxito, em 1932. Ainda em 1931, organizou também comícios-relâmpago, sobretudo em Lisboa, e as manifestações do 1.º de maio. Em sentido contrário ao da CGT e da Comissão Intersindical, os sindicatos afetos ao Partido Socialista adotaram uma via de colaboração com a Ditadura Militar, o que não garantiu, contudo, a sobrevivência do partido, que se dissolveu a partir de 1933.

Ao longo desse ano e do seguinte, o Estado Novo institucionalizou-se sob a liderança de Salazar, que alcançou a hegemonia política através de quatro etapas decorridas entre 1926 e 1934 (Rosas, 1994c). Os princípios fundamentais da sua revolução política, tal como expostos num discurso sobre o programa da União Nacional (UN), fundada em 1930,

---

<sup>327</sup> Não obstante ter, em 1927, encerrado a CGT e o jornal operário *A Batalha*.

<sup>328</sup> Pelo seu apoio à revolta reviranhista de 3 e 7 de fevereiro daquele ano.

<sup>329</sup> Nesse mesmo ano, lançou o PCP o jornal *Avante!*.

<sup>330</sup> Que, segundo Rosas (1994c), “pouco passará da agitação que a convocou” (p. 23).

enformaram o Estado Novo. Segundo Rosas (1994c), o regime caracterizou-se pela recusa do demoliberalismo em favor de uma ditadura de chefe de Governo de partido único e pelo esvaziamento de poderes do presidente da República e da Assembleia Nacional, pelo nacionalismo corporativo assente nos sindicatos nacionais e nos grémios, pela aposta num Estado forte e autoritário, pelo intervencionismo económico-social e pelo imperialismo colonial. Definiram também o Estado Novo o “primado do político sobre o económico” (*Id.*, p. 267), o domínio das Forças Armadas, o recurso à Igreja como “instrumento legitimador por excelência do regime e como a instituição privilegiada de enquadramento das massas nos valores fundamentais [do regime]” (Rosas, 1994d: 244), a criação de milícias próprias, um projeto de educação nacional para os valores do regime, a supressão das liberdades fundamentais – através da censura prévia e da limitação da liberdade de associação – e a criação de um estado policial, suportado por uma polícia política (PVDE) com “quase irrestritos poderes” (Rosas, 1994d: 244).

Financeiramente, o regime completou em meados dos anos 1930 a sua política de estabilização financeira (Rosas, 1994d), tendo obtido saldos positivos nas contas públicas, alcançado a revalorização e estabilização cambial, diminuído a dívida pública e respetivos encargos. Economicamente, o modelo seguido assentou na autarcia, no nacionalismo económico e num intervencionismo económico do Estado (Rosas, 1994d), tendo o Governo liderado por Salazar logrado atingir um triplo equilíbrio económico e social.

O primeiro pilar assentou na contenção, repressão e desarticulação do movimento operário. Tal objetivo visava facilitar a baixa dos custos do trabalho – mediante a redução dos salários e a subtração de regalias (Rosas, 1994c) –, estratégia eleita pelo regime para responder à crise económica da Grande Depressão de 1929. Foi nesse contexto que se deu, logo em 1933, o “assalto decisivo ao reduto do sindicalismo livre” (*Id.*, p. 234). Consubstanciou-o um pacote legislativo dedicado à organização corporativa do trabalho, publicado em setembro, o qual conduziu à unicidade sindical corporativa<sup>331</sup>, ao controle governamental dos sindicatos<sup>332</sup> e à “harmonia do capital e do trabalho, sob o império do «interesse nacional»” (*Id.*, p. 235). Esta última medida implicou, na prática, “a proibição da

---

<sup>331</sup> Segundo Rosas (1994c), só eram “permitidos os sindicatos nacionais, isto é, os resultantes da prévia aprovação dos respetivos estatutos pelo Governo. Todos os organismos sindicais existentes ou a criar deveriam, pois, sujeitar, até ao fim desse ano, os seus estatutos à aprovação oficial. Os que não o fizessem, ou cujos estatutos não obedecessem ao modelo imposto por lei, seriam encerrados e dissolvidos” (p. 235).

<sup>332</sup> Nota Rosas (1994c) que tal medida significou a “aprovação prévia pelo Governo das direções sindicais eleitas; poderes de livre demissão das direções, de nomeação de comissões administrativas para dirigir os sindicatos ou até de dissolução administrativa dos sindicatos ou suas secções «que se desviassem dos seus fins»; condicionamento à autorização governamental da criação de organismos federativos dos sindicatos nacionais; poderes de ativa fiscalização, intervenção e orientação, através do então criado Instituto Nacional do Trabalho e Previdência, de toda a vida sindical e da contratação coletiva de trabalho” (p. 235).

greve (e do *lock-out*) e de todos os contactos e filiações internacionais dos sindicatos” (*Id., ibid.*). Por imperativo legal, as associações de classe viram-se forçadas a colaborar com o regime, ainda que algumas delas – como a do pessoal da APT, que votou, em assembleia geral uma moção de rejeição (Rosas, 1994c; Patriarca, 1995a) – tenham inicialmente repudiado a constituição em sindicatos corporativos. Em resultado, 80% daquelas associações foram até ao final de 1933 dissolvidas e expropriadas.

O segundo pilar foi consubstanciado pelo equilíbrio dos principais blocos de interesses contraditórios que compunham a classe dominante da sociedade dos anos 1930 (Rosas, 1994b). O Estado protagonizou uma “intervenção arbitral e equilibrante, sector a sector, mas autoritariamente imposta às partes em nome da autonomia e da força de um Estado que é o supremo juiz e executor do «interesse nacional»” (Rosas, 1994d: 247).

O terceiro pilar consistiu na “composição dos grandes com os pequenos interesses da agricultura, da indústria e do comércio” (*Id.*, p. 249), o que foi efetuado, nos sectores considerados prioritários pelo regime, através da criação de grémios económicos de participação obrigatória pelos atores económicos, da liquidação ou limitação e disciplinamento da concorrência e da submissão do sector e seus organismos à tutela de um organismo estatal de coordenação económica sectorial (Rosas, 1994d). O dirigismo económico que caracterizou o Estado Novo nos anos 1930 foi igualmente visível no condicionamento industrial<sup>333</sup>, na utilização do sector empresarial estatal como instrumento de intervenção económica (Rosas, 1994d) e na política de desenvolvimento de infraestruturas. Industrialmente, a crise de 1929 abriu novas oportunidades aos empresários portugueses<sup>334</sup>, mas só na década seguinte, no final da Segunda Guerra Mundial, o regime apresentou um plano de fundo para o sector (Rosas, 1994d).

Socialmente, os primeiros anos de vigência do Estado Novo foram marcados pela resistência dos sindicatos à nova legislação que introduziu a aludida organização corporativa do trabalho, o que se traduziu na greve geral insurrecional<sup>335</sup> de janeiro de 1934, organizada pela CGT e pelo PCP. Apesar do seu insucesso (Novo, 2011) – o que se deveu, entre outros fatores, à circunstância de o movimento se debater com um “regime forte e consolidado e um operariado globalmente desmobilizado, já privado dos seus sindicatos e, de uma forma geral, sem disponibilidade para aderir a tal tipo de lutas” (Rosas, 1994c: 237) –, a iniciativa levou a que o Governo se tivesse refugiado num quartel de Lisboa, pondo em

---

<sup>333</sup> Visando proteger a indústria nacional, foi introduzido em 1927 e retomado em 1931, tendo vigorado, com alterações sucessivas, até ao final do regime. Segundo Rosas (1994d).

<sup>334</sup> Tendo-se dado nos anos 1930 um surto de interesse industrial, corporizado na Grande Exposição Industrial Portuguesa (1932) e no I Congresso da Indústria Portuguesa (1932).

<sup>335</sup> De acordo com Rosas (1994c), a greve geral foi “secundada por sabotagens, ataques bombistas e ações armadas” (p. 235), enquadrando-se numa ação reviralista.

marcha uma “dura repressão” que “praticamente decapitou a Confederação Geral do Trabalho” (*Id.*, p. 208). Fechou-se, assim, uma época no movimento operário português que, vítima de um golpe irremediável (*Id.*, p. 238), perdeu até 1974 a liberdade de associação e de expressão, viu findar a hegemonia anarcossindicalista e ficou privado dos seus meios de combate. Ainda assim, ocorreram greves em 1935 e 1937, mas já sem intervenção da CGT ou do PCP, tendo-se dado espontaneamente ou sob a liderança dos sindicatos nacionais.

Em consequência do enfraquecimento do movimento operário e sindical (Patriarca, 1995a) e da crise de 1929, os anos 1930 foram, segundo Rosas (1994a), caracterizados pelos baixos salários e por condições de trabalho pautadas pelo desemprego, pela precariedade dos postos de trabalho e pela “relativa impunidade dos despedimentos ilegais” (*Id.*, p. 96), pela resistência do patronal à jornada de oito horas de trabalho diário, ao descanso dominical e à contratação coletiva, e também pelo âmbito muito limitado da previdência social (Rosas, 1994a). Entre os afetados encontrava-se, ainda que representando uma realidade social restrita, o que Rosas (1994b) denominou de ‘proletariado moderno’, ou seja, “o produtor assalariado já totalmente desligado dos meios de produção, isto é, vivendo exclusivamente da venda da sua força de trabalho” (*Id.*, p. 117). Sectorialmente, tal classe laboral era produto das novas indústrias de base e do desenvolvimento dos serviços e transportes urbanos, nomeadamente o dos telefones.

A situação do operariado não melhorou nos anos 1940. Não obstante a ambiguidade neutral de Portugal, a Segunda Guerra Mundial provocou “efeitos económicos, sociais e políticos profundos e duradouros” (Rosas, 1994e: 301). Tal originou o rompimento dos “equilíbrios económico-sociais e políticos laboriosamente construídos nos anos 30” (*Id.*, *ibid.*), muito particularmente a contenção do movimento operário, o que levou a que o regime tivesse conhecido “a sua primeira crise séria” (*Id.*, *ibid.*).

Economicamente, apesar de globalmente ter prosperado (Rosas, 1994e), o País foi afetado pelo bloqueio económico anglo-americano, iniciado em 1940 (Rosas, 1994e). As consequências de tal medida, já de si graves num País com uma forte dependência externa em vários domínios (Rosas, 1994e), foram adensadas pelo açambarcamento, o contrabando, o racionamento dos bens essenciais e o surgimento do mercado negro, o que, conjugado com a desvalorização real dos salários, em função de uma inflação galopante, e com maus anos agrícolas e de seca, criou situações de fome e de miséria.

A partir de 1941, assistiu-se ao redespertar da agitação operária e social, para o que contribuiu “de uma forma muito particular, a insensibilidade e até a sobranceria com que o regime encarava o problema social” (Rosas, 1994e: 353). O surto reivindicativo, que se deu “a uma escala e com uma intensidade sem precedentes na história do Estado Novo” (*Id.*, *ibid.*), beneficiando do reforço da influência do PCP e da sua reorganização, foi essencialmente protagonizado pelo aludido proletariado moderno e pelos assalariados rurais

(Rosas, 1994b). O descontentamento era partilhado pelas classes médias, sobretudo pela pequena burguesia urbana, alguma da qual se envolveu na oposição ao regime.

Sucederam-se nesse contexto as greves de 1941 e o movimento grevista de 1942, que ocorreu sem a participação dos sindicatos e envolveu, entre outras empresas, a APT, a CUF e a Carris<sup>336</sup>.

Os êxitos das greves levaram o Governo a um “«chuveiro» de portarias e contratos coletivos” (Rosas, 1994e: 356), visando conter a agitação social, e a envolver a Polícia de Vigilância e Defesa do Estado (PVDE) de forma mais ativa na prevenção de futuras ocorrências. Ainda assim, em 1943 deu-se, por convocatória do PCP, um novo surto de greves, com um inédito impacto na comunidade operária (Ferreira, 2011) e que afetou novamente um conjunto de empresas, e também de manifestações, violentamente reprimidas pela GNR, pela PSP e até pelo Exército. As greves de 1944, lideradas pelo PCP, representaram “o ultimo arranque significativo dos grandes embates sociais de Guerra” (*Id.*, p. 361), tendo sido reprimidas ainda com medidas mais drásticas. Em 1945, as greves, fundamentalmente rurais, mas também ocorridas em ambiente industrial, tiveram já menos impacto.

O regime foi tanto ameaçado pela via social como pela conjuntura política externa – a vitória dos aliados na Segunda Guerra Mundial instilou “muita esperança nas hostes contrárias ao regime e em largos sectores das massas populares” (Rosas, 1994e: 370), tendo isolado o regime internacionalmente – e interna. A propósito desta última, assinala-se a reorganização da oposição em torno do Movimento de Unidade Nacional Antifascista (MUNAF), do Movimento de Unidade Democrática (MUD), da União Socialista (US), da candidatura de Norton de Matos à presidência da República e de grupos de oficiais milicianos, como o encabeçado por Mendes Cabeçadas, que, com o conhecimento do presidente da República, visou, em 1947, a criação de uma Junta Militar de Libertação Nacional. Em consequência, entre o final de 1942 e o início de 1947, o executivo de Salazar viveu “sob a ameaça intermitente do *putsch* militar, palaciano, bem diferente do reviralhismo insurrecional dos alvares da Ditadura Militar, mas, talvez por isso mesmo, bem mais perigoso” (*Id.*, p. 372).

O esgotamento político da oposição e o apoio anglo-americano ao regime (Rosas 1994e; Rollo, 1994) permitiram a sobrevivência do Estado Novo. Reforçado politicamente, “entre abril de 1947 e abril de 1949 [...], o Governo desarticulou a conspiração militar remanescente, liquidará os últimos assomos do movimento grevista, proibirá o MUD e o Juvenil e quase desmantelará o Partido Comunista” (Rosas, 1994e: 407).

---

<sup>336</sup> Nesta companhia, a resposta do governo deu-se através da detenção, pela PSP, de 1100 empregados, solução adotada também na CUF, na Parry & Sons ou na Companhia Nacional de Navegação (CNN)

## IV.2 AMBIENTE MEDIÁTICO

A comunicação social passou por uma profunda transformação e desenvolvimento no período em análise. Intrinsecamente, verificou-se o surgimento de novos meios e de novos órgãos de comunicação social, a emergência de um novo tipo de jornalismo, que visou muito particularmente as empresas, e a gradual profissionalização dos jornalistas. Extrinsecamente, sobressaíram as imposições do contexto externo, particularmente a censura. Dados os constrangimentos de espaço e tempo, pretendemos, sobretudo, sistematizar as principais tendências e ocorrências, sobretudo as que poderão ter concorrido para a emergência da prática das RP em Portugal, procurando-se evidenciar o já aludido fenómeno de coevolução com o jornalismo (Schönhagen e Meißner, 2016). Enquadramos a análise em quatro domínios: imprensa, rádio, agências noticiosas e jornalistas.

### IV.2.1. Imprensa

A imprensa do início do século XX, ou da denominada época moderna (Cunha, 1941), foi produto das transformações ocorridas na segunda metade do século XIX, tendo herdado as características da chamada imprensa industrial e popular (Sousa, 2011).

Com efeito, entre 1865 e 1885 iniciara-se, associada à fundação do *Diário de Notícias*<sup>337</sup> em 1864, uma nova fase, marcada pelo primado da informação sobre a doutrinação (Cunha, 1891, 1914; Tengarrinha, 1989; Rodríguez, 1996; Sousa, 2011). Por oposição à imprensa preponderantemente de opinião” (Tengarrinha, 1989: 215) ou ao chamado “jornalismo ideológico” (Lemos, 2006: 72), desenvolveu-se, assim, uma Imprensa impessoal” (Nemésio, 1943a: 3), “preponderantemente noticiosa” (Tengarrinha, 1989: 215) que tinha “a informação, como sua principal preocupação e objetivo” (*Id.*, *ibid.*).

A consequência foi preferir-se “cada vez mais a informação objetiva à discussão e à opinião, as notícias sensacionais aos editoriais refletidos” (*Id.*, p. 219). Por outro lado, a necessidade de alargar o público dos jornais – em face do estatuto de principal financiador da imprensa adquirido pela publicidade (Tengarrinha, 1989) – levou a que os mesmos passassem a contemplar um “novo público, menos abastado e instruído, com gostos menos

---

<sup>337</sup> Segundo Tengarrinha (1989), as mudanças que tal periódico introduziu foram de várias ordens, incluindo o baixo preço do jornal – o que remete para o já aludido fenómeno da *Penny press* nos EUA –, um jornalismo essencialmente informativo e independente do ponto de vista ideológico, um noticiário acessível a todas as classes sociais, um conteúdo alargado aos acontecimentos além fronteiras e, sobretudo, às notícias do dia-a-dia e ao *fait divers* de gosto popular, a utilização da publicidade como fonte de receita principal, a multiplicação das vendas, o aumento das tiragens, alterações na profissão de jornalista, a influência do jornal sobre o público e os progressos tipográficos.

exigentes e requintados” (Tengarrinha, 1989: 219). Decorrentemente, alteraram-se “profundamente as relações de influência entre o jornal e o público” (Tengarrinha, 1989), as quais passam a conhecer uma nova realidade, assente no primado do público<sup>338</sup> e do jornal como intérprete do mesmo e da opinião pública (“O jornal e o público”, 1914).

Se a frequência de criação de periódicos aumentou durante as primeiras décadas do século XX (Anexo Digital 13), o tempo de produção noticiosa da imprensa acelerou também, tendo o jornal advindo “uma espécie de «Kodak» da terra e do acontecer (quantas vezes com edição da manhã e da tarde; suplemento às duas horas nos dias de convulsão... segunda tiragem... à última hora»)” (Nemésio, 1943b: 3).

Informativamente, fruto da modernização introduzida pelos progressos tecnológicos, nas três primeiras décadas do século XX desenvolveram-se os jornais e magazines ilustrados<sup>339</sup>, cuja origem remontava ao último quartel do século XIX<sup>340</sup>. Caracterizava-os o uso abundante da ilustração e da fotografia – que veio substituir a ilustração por gravuras –, o que conferiu maior atualidade e realismo ao jornalismo, nomeadamente quando visou empresas. A partir do início do século XX a fotografia informativa alargou-se aos jornais<sup>341</sup> (Sousa, 2010) pelo que durante o período em análise marcou já uma presença muito significativa nas suas páginas. Associado a esse fenómeno, ampliou-se a função de repórter fotográfico – iniciada também no século XIX –, de que foi exemplo Joshua Benoliel (1873-1932).

Ao nível dos géneros de imprensa, durante o conturbado período da Primeira República desenvolveram-se também os jornais humorísticos – cuja tradição remontava ao século XIX<sup>342</sup> –, tendo-se destacado *Os Ridículos*<sup>343</sup>, *O Riso da Vitória* (1919), o *Sempre Fixe* (1926) e a *Choldra* (1926). Jogando com o poder mordaz e irónico da caricatura, alguns visaram criticamente as ‘más companhias’ (Anexo Digital 14). Foi o caso de o *Sempre Fixe*, que durante o período em análise<sup>344</sup> publicou na primeira página caricaturas de Francisco

<sup>338</sup> Em 1917, afirmava *O Século* que “o jornal moderno [...] tem de ser um órgão do público, pelo público e para o público” (“A missão”, 1917: 1), constituindo-se “o verdadeiro intérprete da opinião pública” (*Id., ibid.*). Segundo Tengarrinha (1989), o jornal passou ter “de procurar o público, descer ao seu nível, adivinhar-lhe os gostos e apetites, mesmo os mais baixos, ir ao encontro da sua mentalidade. [...] O que lhe interessava era vender, vender o mais possível, sacrificando tudo a isso. [...] passa a ser, portanto, uma *mercadoria*” (p. 219).

<sup>339</sup> De que são exemplo a *Ilustração Portuguesa* (1903), *ABC* (1920), *Contemporânea* (1922), *O Domingo Ilustrado* (1925), *Ilustração* (1926), *Notícias Ilustrado* (1928), *O Século Ilustrado* (1938), *Mundo Gráfico* (1940) e *Vida Mundial* (1941).

<sup>340</sup> Através, entre outros, de *O Ocidente: Revista Ilustrada de Portugal e do Estrangeiro* (1878-1915) e de *A Ilustração Portuguesa* (1884-1890).

<sup>341</sup> Tendo sido pioneiros *O Século*, em 1905 (Barros, 2014) e o *Diário de Notícias*, em 1907 (Foyos, 2014).

<sup>342</sup> Através, por exemplo, de a *Lanterna Mágica* (fundada em 1875), *O António Maria* (1879), o *Charivari* (1886), *A Corja* (1898) e *A Paródia* (1900).

<sup>343</sup> Embora fundado ainda no século XIX, em 1895, perdurou até 1984.

<sup>344</sup> Analisámos apenas as edições de 1926 a 1932, por se encontrarem disponíveis online, facilitando a consulta.

Valença (1882-1963) alusivas às práticas que viu como abusivas por parte da Companhia dos Carris de Ferro de Lisboa (Anexo Dig. 15), CUF (Anexo Dig. 16), Tabaqueira (Anexo Dig. 17), Companhia das Águas de Lisboa (Anexo Dig. 18), APT (Anexo Dig. 19), CRGE (Anexo Dig. 20) e da Companhia Portuguesa dos Caminhos de Ferro (CP) (Anexo Dig. 21). Foram também visados alguns empresários, como Alfredo da Silva (Anexo Dig. 22) e Alves dos Reis (Anexo Dig. 23), bem como o responsável pelas RP da APT (Anexo Dig. 24).

Se alguns dos principais jornais de informação geral que estiveram ativos no período em análise transitaram do século XIX – e como foram os casos do *Diário de Notícias* (1864), *O Primeiro de Janeiro* (1869), *O Século* (1881), o *Jornal de Notícias* (1888) e *O Mundo* (1900) – outros – como *A Capital* (1910), o *República* (1911), o *Diário de Lisboa* (1921), o *Diário da Manhã* (1931) e o *Diário Popular* (1942) – foram produto da República, da Ditadura Militar ou do Estado Novo.

Vários dos antigos jornais e, sobretudo dos novos, enquadravam-se no fenómeno da imprensa republicana, que tendo despontado nos anos 1840 (Sá e Rêgo, 2011), modificou-se substancialmente a partir de 1906/1907, período em que os jornais ao serviço dos ideais republicanos radicalizaram “as suas posições, passando a ser órgãos verdadeiramente revolucionários” (Tengarrinha, 1989: 239).

A proclamação da República amplificou o fenómeno (Couto, 2011), extinguindo praticamente os diários monárquicos, que só reapareceram a partir de 1914 (Lemos, 2006), e fazendo surgir “por todo o continente [...] publicações que se reclamavam do republicanismo” (*Id., ibid.*). De facto, muito embora a imprensa republicana tenha ressurgido dois anos antes<sup>345</sup> (Couto, 2011), foi a partir de 1910 que se deu um crescimento acentuado de órgãos informativos adstritos a tal tendência política (Anexo Digital 25). Nesse ano, foram fundados quase o triplo dos periódicos republicanos criados em 1908 (26) e em 1909 (23).

Por outro lado, tanto o volume total de periódicos republicanos iniciados durante a Primeira República como a média anual com que foram criados superaram largamente os valores verificados durante a Monarquia constitucional<sup>346</sup>. Em termos de progressão, o pico foi atingido em 1911, tendo-se registado uma quebra progressiva nos anos seguintes e mais acentuada em 1914<sup>347</sup>. Se 1915 marcou uma recuperação para níveis próximos dos registados antes da guerra, o ano seguinte representou uma quebra de mais de 50% no número de novos títulos. A partir de 1916 deu-se uma recuperação ligeira, acentuada em

---

<sup>345</sup> Em 1908 fundaram-se 26 periódicos republicanos. Anteriormente, no período que decorreu de 1901 a 1907, a frequência média de criação desse tipo de periódicos foi apenas de cerca de sete por ano.

<sup>346</sup> De 1848 a 1909, a frequência média anual de criação de periódicos republicanos foi de cerca de seis títulos, tendo-se publicado um total de 405 periódicos (Sá e Rêgo, 2011), representando 36% do universo. Entre 1910 e 1926, a mesma média ascendeu a nove, tendo-se publicado um total de 706 periódicos (64% do universo).

<sup>347</sup> Ano de início da Primeira Guerra Mundial.

1919, tendo a o volume frequencial superado o ano de 1915. O ano de 1919 teve, aliás, uma importância significativa no início da prática das RP na APT (Caps. V e VI). A partir de 1920 e até 1926, a frequência de criação manteve-se entre os 20 a 30 títulos/ano.

Nas duas primeiras décadas do século XX a crescente importância e agressividade dos jornais republicanos, a instabilidade política da Primeira República, a reposição da liberdade de imprensa (cf. IV.2.5.) e o facto da subsistência financeira dos jornais depender cada vez mais da publicidade e, logo, das audiências, terão criado condições para a proliferação de uma imprensa popular, à qual só interessava “o que pudesse ser dramatizado e serializado” (Ramos, 1998: 54). Segundo o autor, “a política eram escândalos; as relações internacionais, guerras e ameaças; a vida nacional, desastres e crimes sangrentos; a economia, desfalques e fraudes” (*Id., ibid.*). Um dos pontos fortes de tal jornalismo foi “a exploração do chauvinismo” (*Id., ibid.*), tendo sido visado particularmente o sentimento anti inglês, de que *O Século* fora representante nas décadas de 1880 e 1890 (Ramos, 1998).

Dentro da aludida crescente ligação da imprensa ao público, os jornais passaram a querer “adaptar-se psicologicamente a ele e ir um pouco ao encontro das suas preferências, dos seus gostos e da sua mentalidade” (Garção, 1942: 4), o que pode ter adensado o tratamento populista da informação.

Acresce que existia também um corpo de redatores que Freire (1936) designava de “Piratas do Mar da Tinta” (p. 30), referindo-se a “certos *jornalistas* de navalha de ponta e mola para quem a honra dos outros é coisa de somenos no balcão miserando dos seus interesses” (*Id., ibid.*). Caber-lhes-ia a responsabilidade pela prática de “campanhas infames e injustas” (*Id., ibid.*) contra diversas personalidades, organismos e organizações.

Imbuídos de tal espírito e “suficientemente à solta para explorar o noticiário sensacionalista e irresponsável” (Ramos, 1998: 54), os jornais republicanos<sup>348</sup> – e em menor grau os monárquicos (cf. Cap. V) – atacaram não só a atualidade política, social e cultural, mas também as empresas. Tal fenómeno ocorreu mesmo ao nível dos jornais republicanos mais institucionalizados, como *O Século*<sup>349</sup>, e até dos periódicos de informação geral, como o *Diário de Notícias*.

Para ilustrar a questão concreta das empresas, vejamos, desde logo, os programas editoriais de alguns jornais republicanos, como o *Diário da Noite* (1932), que se propôs

<sup>348</sup> Veja-se o caso de *O Mundo* (1900-1927), considerado “o cano de esgoto de todas as insinuações, calúnias e escândalos que a denúncia de uns e a imaginação de outros podiam arranjar contra altos personagens da sociedade portuguesa” (Ramos, 1998: 54-55).

<sup>349</sup> Veja-se a esse propósito a notícia que esse jornal publicou em 1922 sob o título “Como algumas empresas ocultam os ganhos, aumentam o capital e lesam o tesouro” (“Porque é que”, 1922: 1). Vejam-se também as notícias em que denunciou as incompatibilidades político-económicas de um quadro da Companhia dos Tabacos (“Impudor!”, 1928) e o regime de exceção da CAL (“As águas”, 1928), a que se referiu como “incansável fornecedora de tifo aos domicílios lisboetas” (*Id.*, p. 1).

“combater tudo quanto seja exploração do público” (“Companhia dos Telefones. Foi aprovado”, 1932: 4), justificando assim a atitude extraordinariamente crítica que veio a ter “para com a Companhia dos Telefones e tantas outras que para aí exploram a população de Lisboa” (*Id., ibid.*). Aquele jornal afirmou, aliás, publicamente ter aparecido “principalmente, para defender o povo, ameaçado pelos tentáculos das diversas Companhias” (“Telefones...”, 1932: 1), considerando que “nem outra pode e deve ser a missão da imprensa” (*Id., ibid.*).

Foram alvos preferenciais de um tal jornalismo as empresas que prestavam serviços públicos (“A direção ocupou-se”, 1919) – como a CAL (Serrano, 1932) e as já referidas anteriormente –, as monopolistas<sup>350</sup> e também as que tinham firmado contratos de concessão estatal durante a monarquia Constitucional ou as de origem estrangeira<sup>351</sup>, sobretudo britânica. Tanto a Carris (Anexo Dig. 26) como a APT (cf. cap. V) e a Marconi’s Wireless/Companhia Portuguesa Rádio Marconi (Rollo, 2009b) reuniam todas essas características, pelo que sofreram a crítica da imprensa<sup>352</sup>.

Em alguns casos, a imprensa envolveu-se mesmo em campanhas de denúncia de empresas e de empresários (Anexo Dig. 27). Ilustra-o, de forma extremada, a “violenta campanha” (Rodrigues, 2002a: 99) que *O Século* fez, por orientação editorial<sup>353</sup>, contra a Companhia Industrial de Portugal e Colónias<sup>354</sup> (CIPC). Tendo denunciado desde 1918 “os abusos monopolistas, referentes à questão do pão” (*Id., ibid.*), não só sua sede foi alvo de um atentado bombista (Rodrigues, 2002b), como a sociedade editora do jornal acabou por ser adquirida, em 1922, pela CIPC<sup>355</sup>. O mesmo jornal realizou em 1925 “a mais célebre e

<sup>350</sup> Veja-se a notícia que o *Diário da Noite* publicou em abril de 1932 sobre a CRGE, na qual informou que “a população da capital continua à mercê da desmedida ganância dos senhores que administram os vários potentados monopolistas” (“Novo ataque”, 1932: p. 8).

<sup>351</sup> Ilustra-o a notícia publicada em 1915 em *O País*, na qual se afirmava que “nós, os republicanos, nos tempos da monarquia, aproveitávamos todos os pretextos para atacá-la. Não foram poucas as campanhas que sustentamos contra os serviços de companhias estrangeiras em Portugal, serviços que sempre deixaram a desejar. Vinda a República, a verdade é que tudo continua na mesma. Em outro lugar nos referimos ao gás, que é o que todos nós sabemos. E os telefones? Além da companhia não seguir os grandes progressos que a ciência tem feito, lá fora, neste ramo da sua aplicação, o que é uma pouca vergonha, o serviço é detestável, apesar de caríssimo. [...] Mas quando será que tudo isto será nosso, só nosso?” (“Estrangeiros em Portugal”, 1915: 2).

<sup>352</sup> Veja-se a série de notícias que o *Diário da Noite* publicou em 1932 sobre a Carris (Anexo Dig. 28).

<sup>353</sup> A existência de campanhas sob orientação editorial dos jornais foi referida por Rafael Ferreira (1945). Nas suas memórias, o jornalista de *O Século* recordou uma dessas iniciativas, informando que se deu “então, com enorme surpresa para mim, a greve dos redatores do ‘Século’, que não concordavam com a orientação do ataque a uma grande Companhia” (p. 61).

<sup>354</sup> Veja-se, por exemplo, “Os abusos da Moagem” (1922).

<sup>355</sup> Segundo Rodrigues (2002a), “tentando tirar partido da crise de liderança que o jornal atravessava, a Companhia Portugal e Colónias investiu numa grande ofensiva para controlar o periódico, acabando por o conseguir, em 1911” (p. 99).

emblemática das suas campanhas” (Rodrigues, 2002b), ano em que levantou o escândalo de Alves dos Reis (1896-1955), envolvendo o Banco de Angola e Metrópole.

Que este tipo de iniciativas não eram proprietárias de um só jornal, ilustra-o a perseguição mediática que o republicano *O Tempo* fez, entre 1920 e 1922, a Cândido Sotto Mayor (1852-1935) e a António Vieira Pinto, tendo por base as empresas a que ambos estavam intimamente ligados, muito particularmente a casa bancária Pinto & Sotto Mayor, a Agência Financial, o Banco Português do Brasil e o Banco Colonial Português. No decurso de “uma campanha acesa e violentíssima” (“Uma campanha ruidosa”, 1921: 4) – encabeçada por Simão de Laboreiro, diretor do jornal, e pelo redator Carlos de Abreu (Abreu, 1921a; 1921b), que assinou inicialmente como ‘O máscara negro!’ (O Máscara Negro, 1920) –, *O Tempo* publicou um total de 189 notícias (Anexo Digital 29). Muitas delas eram notoriamente agressivas, apresentando Sotto Mayor e Vieira Pinto como ‘criminosos’ e como fazendo parte de uma ‘quadrilha’. Em reação, os dois empresários defenderam-se através de um manifesto público dirigido ao país – do qual foram, em abril de 1921, distribuídos milhares de cópias em Lisboa (Laboreiro, 1921) – e mediante o recurso ao *Diário de Lisboa*, que interveio em março de 1922, utilizando as suas páginas para atacar *O Tempo*. Note-se que Sotto Mayor foi especialmente visado, tendo-lhe sido associados os epítetos de ‘ladrão’ e ‘monstro’,<sup>356</sup> ‘cancro da finança’, ‘sanguessuga nacional’, ‘vampiro’ e ‘grande traidor’. Através de campanhas menos intensas, *O Tempo* visou, ainda na década de 1920, a empresa Martins & Rebelo (Anexo Digital 30), os sectores de atividade dos seguros<sup>357</sup> e do açúcar<sup>358</sup>, e também o empresário Alfredo da Silva (Anexo Digital 31).

A animosidade da imprensa para com as empresas esbateu-se a partir do final dos anos 1920, tendo praticamente terminado na década seguinte. Entre os fatores explicativos do fenómeno estará, desde logo, a instituição da censura prévia em 1926 (cf. IV.2.5.) e a repressão editorial exercida sobre os jornais durante a Ditadura Militar e o Estado Novo. Prova-o o facto de duas campanhas de imprensa contra empresas, efetuadas em 1926 e 1928 por *A Informação* e por *A Situação*, terem findado com a demissão<sup>359</sup> e mesmo com a

<sup>356</sup> Em maio de 1921, por exemplo, afirmava *O Tempo* que “1.º - Cândido Sotto Mayor é um ladrão; 2.º - Cândido Sotto Mayor é um monstro que cometeu um repugnantíssimo incesto com sua própria irmã; 3.º - Cândido Sotto Mayor praticou infâmias no Brasil; 4.º Cândido Sotto Mayor é o causador da miséria do povo português” (“A questão Sotto Mayor”, 1921: 1).

<sup>357</sup> A campanha abrangeu, genericamente, as companhias de seguros a operar em Portugal, não particularizando nenhuma delas. Integram essa campanha quatro artigos (“Depois da guerra”, 1921a; 1921b; 1921c; 1921d).

<sup>358</sup> Campanha expressa em cinco notícias – “Outro Panamá doce” (1921), “Sob o terror” (1921), “Para a história do açúcar” (1921), “Mais sangue!” (1921) e “Uma campana do ‘Tempo’” (1921) – e que levou mesmo o diretor de *O Tempo* a ser ameaçado de morte.

<sup>359</sup> Em janeiro de 1928, *A Situação* conduziu uma campanha contra a APT, a qual culminou com a demissão do seu diretor, Botelho Moniz (cf. VI.3.1.), e a extinção do jornal, ocorrida logo em fevereiro daquele ano.

prisão<sup>360</sup> dos diretores daqueles jornais, o que conduziu à extinção de ambos os periódicos. A diluição da aludida animosidade estará também ligada ao facto de os principais diários e semanários republicanos<sup>361</sup> – nomeadamente os que foram mais críticos das empresas e, em particular da APT (Anexos O e P) – terem findado nesse período<sup>362</sup> ou terem-se defrontado com grandes dificuldades<sup>363</sup>.

Por outro lado, faltava independência jornalística face ao poder económico e financeiro:

A independência jornalística é hoje uma treta, uma santíssima treta. Isso só existia no tempo em que os jornais eram dum homem, representavam a vontade e o pensamento de um homem.

Hoje o que vê você? Que o jornal A não ataca a moagem porque lhe pertence. Que o jornal B não ataca a pouca vergonha dos adubos porque está enfeudado ao sr. Fulano. Que o jornal C não ataca a rua dos Capelistas, porque vive amparado pela finança (Freire, 1934: 162).

Ainda ao nível da imprensa, é importante notar que durante a Primeira República se assistiu “a uma explosão de publicações sindicais e operárias, só comparável aos anos posteriores ao 25 de Abril de 1974” (Rollo, 2009b: 170). Com raízes na segunda metade do século XIX<sup>364</sup> (Tengarrinha, 1989), o ritmo de crescimento da imprensa operária foi contínuo a partir dos anos 1880, tendo disparado nos anos 1910, década em que maior número de títulos jornalísticos foram criados<sup>365</sup> (Anexo Digital 32).

<sup>360</sup> Em agosto de 1926, *A Informação* publicou um conjunto de notícias (Sousa, 1926) e de editoriais (Filho, 1926a) desfavoráveis ao Banco de Portugal, incitando um deles à revolta popular (Filho, 1926b). Em resultado, o diretor, Homem Christo Filho, foi detido (“A carreira”, 1926) e expulso para França, por decisão do Conselho de Ministros (Lemos, 2006), tendo o jornal findado a sua existência em fevereiro de 1927.

<sup>361</sup> Assim sucedeu, entre outros, com *A Luta* (encerrado em 1923), *República* [I série] (1927), *O País* (1933), *O Mundo* (1936), *A Capital* (1938), mas também com *O Combate* (1920), *O Jornal* (1921), *A Manhã* (1922), *Imprensa da Manhã* (1922), *A Opinião* (1923), *A Imprensa Nova* (1924), *A Informação* (1927), *A Cidade* (1927), *A Tarde* (1927), *Diário da Tarde* (1927), *O Rebate* (1930) ou *O Libertador* (1932).

<sup>362</sup> Segundo Lemos (2006), os jornais ideológicos, como os republicanos, não sobreviveram à Ditadura Militar – tendo constituído exceção, entre outros, os mais moderados *Jornal de Notícias*, *Diário de Lisboa*, que subsistiu até 1990, *República* (1989), *O Século* (1978) e *Jornal do Comércio* (1976) –, ao contrário dos periódicos da imprensa de informação geral, “que não procuravam abertamente doutrinar, mas sim os maiores lucros possíveis” (p. 35).

<sup>363</sup> Referindo-se ao panorama da primeira metade dos anos 1930, Freire (1934) deu nota de como “a vida dos jornais republicanos é uma agonia lenta, um calvário temeroso, um suplício de Tântalo” (p. 166).

<sup>364</sup> A partir de 1871, com a rutura do movimento operário com a sociedade, os jornais da imprensa operária passaram a estar orientados por dois objetivos: a doutrinação para a libertação operária e o apoio às lutas operárias (Tengarrinha, 1989).

<sup>365</sup> Segundo Sousa (1931), alguns periódicos estavam ligados à organização da propaganda sindical através, por exemplo, do Grupo de Propaganda Libertária ou do Comité de Propaganda Sindicalista.

A frequência de criação desse género de periódicos manteve-se elevada nas duas décadas seguintes, mas entrou em acentuado declínio nos anos 1940, o que estará relacionado com a consolidação do Estado Novo e a aludida corporativização dos sindicatos, assim como com a censura.

O facto de a imprensa ter passado a depender da publicidade abriu ao meio empresarial as condições propícias a uma maior interferência nos conteúdos editoriais. Ilustra-o a prática da publicidade redigida, entendida como a venda a empresas de espaços editoriais para fins publicitários, redigidos por jornalistas ou por agências (IV.3.3.) como se de um artigo ou notícia se tratasse. A sua introdução nos anos 1910 coube a Virgínia Quaresma<sup>366</sup> (1882-1973), jornalista viajada e que criou “modalidades novas do jornalismo em Portugal [...], que no nosso país era então iniciativa que repugnava aos exploradores desse género de publicismo” (“Um nome querido”, 1933: 2). De acordo com o seu testemunho, a publicidade redigida ficou associada primordialmente aos jornais *A Capital* e a *O Século* – nos quais a jornalista publicou diversos textos sobre empresas (Anexo Digital 33) e não só<sup>367</sup> –, tendo surgido na sequência do impacto da Primeira Guerra Mundial na imprensa<sup>368</sup>.

#### IV.2.2. Rádio

Foi durante o período em análise que os meios de comunicação social se alargaram pela primeira vez desde o surgimento dos jornais e das agências noticiosas, o que ficou a dever-se ao despontar da rádio.

Em Portugal, as primeiras experiências radiofónicas remontam ao início do século XX, tendo as primeiras estações emissoras surgido nos anos 1920 (Ribeiro, 2005). Em 1925, entrou em serviço a primeira estação com emissões regulares, denominada CT1AA. Todavia, como nota Ribeiro (2005), “o aparecimento de projetos com características

<sup>366</sup> Considerada a primeira jornalista feminina portuguesa (Seixas, 2004). Veja-se também “Inquérito às profissões femininas” (1911).

<sup>367</sup> Em *A Capital*, vejam-se, entre outros, “As grandes indústrias” (1916), “As grandes iniciativas nacionais” (1916), “Inquérito à indústria nacional” (1916), “D. Virgínia Quaresma” (1917), “Virgínia Quaresma” (1917) e “A reportagem” (1917).

<sup>368</sup> Segundo V. Quaresma (“Um nome querido”, 1933) “a guerra criou [...] dificuldades insuperáveis para os jornais [...], que passaram a circular impressos apenas em meia página. Reduzidos a essa exiguidade de espaço, devido à carestia do papel, a publicidade paga tornava-se impossível. Onde, de facto, colocá-la? Eu estava, então, na «A Capital», que foi um dos mais completos jornais de Portugal e que então lutava, mais que nenhum outro, com aquelas dificuldades. Estudei o caso e [...], dentro de algumas horas, apresentava à respetiva diretoria a sua solução: - aumentar o número de páginas à custa de reportagens pagas, mas que na realidade o não parecessem, com as grandes indústrias e outras fontes económicas do país. A ideia – acolhida, a princípio, com reservas – tornara-se um êxito magnífico logo ao primeiro trabalho publicado. O jornal subiu enormemente de tiragem e os colegas não puderam deixar, é claro, de lhe seguir o exemplo...” (p. 2).

verdadeiramente profissionais só veio a suceder na década de 30, em plena fase de Ditadura Militar” (*Id., Ibid.*). Contribuiu para tal a publicação, em 1930, do primeiro decreto<sup>369</sup> sobre comunicações radioelétricas, tendo criado, na dependência da AGCT, a Direção dos Serviços Radioelétricos, e autorizado a aquisição dos primeiros emissores de onda média e onda curta em Portugal. Desse processo, tutelado pelo Ministério do Comércio e Comunicações (MCC), nasceu a Emissora Nacional (EN), inaugurada oficialmente em 1935.

A EN, que foi até 1940 tutelada pelos CTT e ficou depois diretamente dependente do Governo, serviu como instrumento de propaganda do regime (Ribeiro, 2005), posicionando-se mesmo como voz oficial, o que foi assegurado pelos seus dois primeiros diretores, ambos com ligações íntimas ao Estado Novo<sup>370</sup>.

O enquadramento legal da rádio previu a possibilidade do MCC conceder licenças para o estabelecimento e a exploração de estações emissoras experimentais. Nesse quadro, foram fundadas duas estações privadas que, juntamente com a EN, constituíram a tríade radiofónica que assumiu “preponderância ao longo de todo o Estado Novo” (Ribeiro, 2005: 99). Assim, em 1931, Jorge Botelho Moniz (cap. V) e Alberto Lima Basto criaram o Rádio Clube Português (RCP), estação que colocaram ao serviço do Estado Novo (Ribeiro, 2005). Em 1937, foi fundada a Rádio Renascença (RR)<sup>371</sup>, emissora católica lançada pelo padre Lopes da Cruz (Ribeiro, 2005).

A informação difundida pela rádio para um público crescente<sup>372</sup> seguiu no período em análise diversos modelos, tal como se infere do serviço informativo de algumas estações radiofónicas<sup>373</sup>. Segundo Ribeiro (2005) a cobertura jornalística que o RCP fez da Guerra Civil Espanhola (1936-1939), através de reportagens radiofónicas, constituiu “a primeira grande experiência do jornalismo radiofónico em Portugal” (p. 103). Na EN, a reportagem terá sido menos utilizada (Rogério Santos, 2014), o que se deveu ao contexto político do Estado Novo<sup>374</sup>, muito embora tenha surgido ainda durante as emissões experimentais<sup>375</sup>.

---

<sup>369</sup> Decreto n.º 17899, de 29 de janeiro de 1930.

<sup>370</sup> Tendo participado na revolução de 28 de maio de 1926, Henrique Galvão dirigiu a EN entre 1935 e 1940. Em 1941, sucedeu-lhe António Ferro, à época diretor do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN).

<sup>371</sup> Para a história da RR, vejam-se Neves (1980) e Miguel (1992).

<sup>372</sup> O número de ouvintes cresceu sucessivamente entre 1933 e 1948, ano em que se registaram cerca de 200 000 subscritores da taxa de radiodifusão (Ramos do Ó, 1999).

<sup>373</sup> Segundo Santos (2014), houve três modelos: “o da Emissora Nacional, oficial e muito seguidor da agenda do presidente do Conselho [...], o da Rádio Renascença, que lia as notícias publicadas nos jornais, o das rádios particulares de Lisboa e Porto, que tinham um serviço oficioso do SNI” (p: 183).

<sup>374</sup> Segundo Santos (2014), a reportagem “teve dificuldades de expansão [...]. Por um lado, o programa de estúdio era mais previsível e fácil de fazer. [...] Por outro lado, o locutor num programa de auditório tinha o guião do programa escrito, sem permissão para improvisar. [...] Havia uma pressão do regime político para a não efetivação de diretos, por receio de descontrolo” (p. 185).

#### IV.2.3. Agências noticiosas

Embora tenham servido os jornais portugueses desde meados do século XIX<sup>376</sup>, as agências noticiosas que operavam então no País eram exclusivamente de origem estrangeira, panorama que se manteve até à primeira metade do século XX (Pereira, 1986).

De facto, só nos anos 1940, com cerca de 100 anos de atraso relativamente aos países pioneiros (Pereira, 1986) e já em pleno Estado Novo, foram criadas as primeiras agências nacionais (Fonseca e Gomes, 2017). A primazia coube à Agência Noticiosa Lusitânia<sup>377</sup>, fundada em 1944 por Luís Caldeira Lupi e encerrada em 1974. Em 1947, surgiu a Agência Noticiosa de Informação (ANI), fundada por Dutra Faria e Barradas de Oliveira (Fonseca e Gomes, 2017), organização que deu origem, em 1975, à Agência Noticiosa Portuguesa (ANOP).

Nos anos 1930, deu-se, contudo, uma alteração significativa no relacionamento das agências estrangeiras com os jornais portugueses. Com efeito, em 1930 a Havas perdeu o exclusivo de distribuição noticiosa em Portugal (Pereira, 1986), continuando a Reuters a deter o exclusivo para as colónias portuguesas. Tal liberalizou o mercado nacional da informação, abrindo-a à concorrência internacional. Nesse novo contexto, instalaram-se no País as agências United Press e Associated Press (Pereira, 1986), ambas norte-americanas, o Office Français d'Information/France Presse e a Deutsches Nachrichtenbüro.

#### IV.2.4. Jornalistas

A compreensão do jornalista e da sua função durante o período em análise (Silva, 2010; Pinto, 2010), obriga-nos a abordar um conjunto significativo de fenómenos que permitam evidenciar transformações ou inovações suscetíveis de impactar ou determinar a emergência das RP em contexto empresarial. Importa, assim, analisar a evolução do que era ser jornalista<sup>378</sup> à luz de questões como a profissionalização, a formação, a acreditação e a organização de classe.

Na sequência da industrialização da imprensa assistiu-se, desde logo, ao aumento do número de redatores, realidade “que se acentuou na primeira década do século XX”

<sup>375</sup> Ribeiro (2005) nota que uma das primeiras reportagens da EN “foi realizada em outubro de 1934, e destinada a acompanhar a inauguração do sistema telefónico da área norte de Lisboa” (110).

<sup>376</sup> O primeiro registo da colaboração de jornais portugueses com agências noticiosas remonta a 1866, ano em que o *Diário de Notícias* iniciou a publicação de participações telegráficas recebidas da Havas (Pereira, 1986).

<sup>377</sup> Apesar de a Lusitânia ser citada por vários autores (Faria, 1970; Fonseca, 1995; Fonseca e Gomes, 2017) como sendo a primeira agência noticiosa portuguesa, tal foi contestado por Gonçalves (1963) e por Pereira (1986). Sobre a história da Lusitânia, vejam-se Lupi (1973), Fonseca (1995) e Fonseca e Gomes (2017).

<sup>378</sup> À falta de dados sobre os jornalistas de rádio e das agências, baseamo-nos apenas na imprensa escrita.

(Miranda, 2005: 271), tendo o *Diário de Notícias*, *O Século* e o *Primeiro de Janeiro* triplicado, em média, o número de jornalistas que possuíam ao serviço quando da sua fundação. Por outro lado, consumou-se gradualmente a alienação do jornalista “em face do jornal como um dos fenómenos mais significativos da Imprensa moderna” (Tengarrinha, 1989: 229), deixando aquele de se identificar com o que escreve porque, ao contrário do que se verificara num passado mais remoto, já não exerce “simultaneamente as funções de proprietário e redator” (*Id.*, *ibid.*).

Em resultado desse processo, que se adensou após a Primeira Guerra Mundial (Miranda, 2005), o jornalista transformou-se num mero “operário de uma mercadoria que é necessário vender o mais possível e com a qual não está ligado nem pelas ideias nem pelos interesses” (Tengarrinha, 1989: 229). Surgiram também “cargos de chefia intermédia que acentuaram a hierarquização” (Miranda, 2005: 272). Nesse enquadramento, o jornalista começou a autonomizar-se como profissional, desvinculando-se dos anteriores laços que mantinha com a política e a literatura (Vargues, 2003). Ao literato e “«escritor público»” (Nemésio, 1943a: 3), sucedeu o repórter, ao qual eram exigidas capacidades de “concisão da escrita, escrúpulo no apuramento dos factos e no emprego das nomenclaturas” (*Id.*, *ibid.*).

O caminho para o jornalismo como profissão exercida em exclusividade foi, contudo, demorado. Como nota Miranda (2005), no período compreendido entre 1865 e 1925 cerca de 90% dos redatores do *Diário de Notícias*, de *O Século* e do *Primeiro de Janeiro* acumulavam essa função com outras ocupações<sup>379</sup>. Tal devia-se fundamentalmente aos baixos salários praticados pelas empresas jornalísticas (Veríssimo, 2003). Uma das ocupações paralelas era a assessoria de imprensa, havendo registo de jornalistas que desenvolveram essas funções em empresas (cf. IV.4.1.), em ministérios e noutros organismos governamentais (Apêndice) ou em associações sectoriais do comércio e da indústria<sup>380</sup>. A acumulação não só levantou conflitos de natureza ética (Lourenço, 1935), como significou o esbatimento das fronteiras entre jornalismo e RP ou atividades de tipo-RP.

Ao nível da representação social, se o jornalista se via até aos 1930 como um “homem de letras, autodidata, de vasta cultura geral, com rapidez de raciocínio, elegância formal e sentido das proporções” (Veríssimo, 2003: 96), socialmente a sua imagem era diferente. Se o jornalista surgia como “um homem que não é convenientemente apreciado” (Garção, 1942: 5), o jornalismo tendia a ser visto como “o último refúgio das vocações fracassadas” (*Id.*, *ibid.*) e era mesmo “tido pela maioria dos cidadãos como uma sub-profissão que toda a

---

<sup>379</sup> Segundo Miranda (2005), 44% eram funcionários públicos, cerca de 25% eram escritores, 9,1% exerciam ainda cargos políticos. Havia também militares (4%), advogados (4%) e engenheiros (2%).

<sup>380</sup> Tal foi o caso de João Paulo Freire, que, além de correspondente em Lisboa do *Jornal de Notícias* e jornalista do *Diário da Noite*, colaborou até meados dos anos 1930 com a Associação Comercial de Lojistas de Lisboa (Lourenço, 1935).

gente, desde o engraxador ao ministro, se julga com refinada aptidão para cabalmente exercer” (Quadros, 1949: 12).

Subjacente a tal imagem estava a falta de formação técnica específica. Freire (1935) referiu, a esse propósito, que “no nosso País, como aliás no resto do mundo, o jornalismo faz-se, na sua maioria, ou por vocação<sup>381</sup> e autodidatismo, ou por necessidade” (p. 9), tendo sublinhado que “embora haja profissionais, não existe ainda entre nós, para tal, aprendizagem escolar e científica, apesar do jornalismo ser uma profissão” (*Id. Ibid.*). De facto, não obstante as propostas que Albert Bataille e Paul Oker apresentaram em 1898 – no âmbito do 5.º Congresso Internacional da Imprensa, realizado em Lisboa – para a criação de cursos em jornalismo, o empenho do Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa (SPIL) em 1924<sup>382</sup>, os apelos realizados nos anos 1930 e 1940 por jornalistas como João Paulo Freire e Luís de Quadros e uma tentativa desenvolvida em 1941 pelo Sindicato Nacional dos Jornalistas (SNJ), Portugal não teve durante o período em análise qualquer escola ou curso técnico de jornalismo (Vargues, 2003).

Diferente rumo tiveram as questões ligadas ao associativismo de classe e ao sindicalismo. Iniciado no século XIX (Cunha, 1941), o associativismo deu importantes passos em 1905, com a fundação da Associação de Classe dos Trabalhadores da Imprensa de Lisboa (ACTIL), da qual se criou em 1921 – ano da primeira greve dos jornalistas e dos tipógrafos – o SPIL<sup>383</sup>. No quadro da organização corporativa do Estado Novo, sucedeu-lhe, em 1934, o SNJ, cujo requerimento para a constituição foi “assinado por uma elite de jornalistas afetos ao Estado Novo” (Veríssimo, 2003), nomeadamente António Ferro.

Da associação de classe decorreu, por exemplo, a acreditação dos jornalistas, concretizada mediante a atribuição de um título profissional reconhecido oficialmente, processo que conheceu francos desenvolvimentos no período em análise. A credenciação não só se tornou gradualmente exclusiva dos jornalistas, como a sua atribuição transitou das forças de segurança pública para os sindicatos, reforçando a autorregulação, ainda que subordinada ao poder político. Nesse enquadramento, o antigo Passe de Imprensa, concedido pelo Comissariado Geral da Polícia de Segurança Pública de Lisboa e sem exclusividade dos jornalistas<sup>384</sup>, foi substituído em 1924 pela Carteira de Identidade, que

---

<sup>381</sup> Essa mesma questão foi levantada em 1920 pelo jornal *A Capital* (“Lá por fora”, 1920).

<sup>382</sup> Segundo Veríssimo (2003) o curso proposto pelo SPIL foi morto à nascença por Bento Carqueja (1860-1935), então diretor do *Comércio do Porto*, que defendia que o jornalismo, tal como a poesia, não se ensina. Bento Carqueja era à época administrador da APT (cf. VI.1.1.).

<sup>383</sup> Em 1921 foi ainda fundada a Casa da Imprensa (CI), resultante dos sócios da ACTIL que se opuseram à sua transformação em sindicato. Em 1931, a CI acabou, porém, por fundir-se com a Caixa de Previdência do SPIL.

<sup>384</sup> Note-se que “moços de recados de redação e encarregados de catálogos e preçários dos grandes armazéns e um ou outro alfaiate ou dentista bem afreguesados conseguiam também obter [...] o cartão verde do *Passe de Imprensa* para seu uso e regalo” (“Do passe”, 1941: pp. 21-22).

passou a ser fornecida pelo SPIL e exclusivamente aos profissionais de imprensa (“Do passe”, 1941) e à qual surgiu associado o benefício do livre trânsito para os seus detentores (Veríssimo, 2003).

O regime da Ditadura Militar criou em 1931 o Bilhete de Identidade dos jornalistas da pequena imprensa e da imprensa regional, tendo o Estado Novo introduzido em 1934 a Carteira de Identidade, que regulamentou em 1936. Em 1941, foi criada a Carteira Profissional dos Jornalistas, como título indispensável ao exercício da profissão, cuja atribuição competia ao SNJ, ainda que sujeita ao visto do INTP. Em 1943, foi regulamentado, por decreto-lei, o exercício da profissão de jornalista.

#### IV.2.5. Censura e repressão editorial

A atividade jornalística foi, durante o período em análise, diminuída pela instituição da censura prévia e da repressão editorial, questões de que nos ocupamos brevemente por estar bem documentada (Carvalho, 1973; Príncipe, 1979; Franco, 1993; Gomes, 2006; Tengarrinha, 2006). Mais do que estudar o aparelho que operacionalizou a censura, importa salientar as suas consequências nos órgãos de comunicação social.

Se a Primeira República restabeleceu a liberdade de imprensa subtraída em 1907 durante o Governo de João Franco, a participação de Portugal na Primeira Guerra Mundial levou à instituição da censura prévia, que vigorou de 1916 até 1919 (Rodríguez, 1996), ainda que com efeitos limitados<sup>385</sup>. A instauração da Ditadura Militar veio, contudo, mudar o panorama, marcando o início de “um novo ciclo no relacionamento entre o poder do Estado e a Imprensa” (*Id.*, *ibid.*). Tacitamente, a censura prévia foi imposta em junho de 1926, no dealbar do regime, ainda que o edifício legislativo que a suportou só tivesse sido construído em 1933, através do Decreto-Lei n.º 22 469, publicado já sob o Estado Novo e em ligação com a Constituição plebiscitada no mesmo ano. Os jornalistas, como foi o caso de Maurício Oliveira (ver IV.4.1.), tiveram logo em 1926 a percepção de que “terminara o breve período em que [...] tinham sob certos aspetos, alguma facilidade em trabalhar” (Oliveira, 1973: 90), tendo noticiado que a censura “representa uma afronta à liberdade de opinião, afronta que nenhum jornalista pode de bom grado aceitar” (“O ministro”, 1926: 8).

Entre as consequências visíveis do início da censura sob a Ditadura Militar estiveram a obrigatoriedade de os jornais submeterem à comissão de censura quatro provas de cada página e de ostentarem a indicação ‘este número foi visado pela Comissão de Censura’.

---

<sup>385</sup> Como nota Gomes (2006), o exercício censório era “limitado aos assuntos relacionados com a guerra e ordem pública” (p. 18), sendo permitido aos jornais manter os espaços em branco resultantes dos cortes, o que denunciava desde logo o processo junto do público. Mesmo durante a ditadura de Sidónio Pais, a prática da censura não constituiu “uma organização consciente, obedecendo a um projeto político” (*Id.*, 19).

Foram também proibidos os espaços em branco resultantes dos cortes introduzidos, o que obrigava a um acrescido esforço de produção noticiosa e representou para as empresas jornalísticas “consideráveis prejuízos”<sup>386</sup> (Gomes, 2006: 21).

Reorganizados pela primeira vez em 1928, os serviços de censura aperfeiçoaram-se e ampliaram-se operacionalmente (Gomes, 2006). Foram atingidos, assim, o ato jornalístico – o que é ilustrado pelo facto de jornalistas terem sido “impedidos de cobrir algumas reuniões sindicais, sendo, por vezes, presos” (*Id.*, p. 35) – e a livre constituição de empresas jornalísticas e de novos periódicos, que o Governo cerceou ao obrigar à sua autorização política. Em 1931, na sequência da revolta da Madeira, terá mesmo havido instruções governamentais no sentido da suspensão dos jornais desafetos ao Governo (Gomes, 2006). Sobre os jornais e os seus diretores podiam recair também multas e até penas de prisão pelo crime de abuso de liberdade de imprensa, o que foi visível após nova reorganização dos serviços de censura, operada em 1932.

O processo censório consolidou-se a partir de 1933, com o início do Estado Novo, que reorganizou os serviços – introduzindo comissões de censura para a zona norte, zona centro e zona sul – e, como vimos, instituiu legislativamente a censura prévia, perpetuando-a até 1974. A censura tornou-se mais seletiva, elencando os conceitos e ideias a reprimir, entre as quais se encontram as questões sociais e de luta operária e o combate ao capital e à burguesia (Gomes, 2006), o que remete de imediato para a questão empresarial. Por outro lado, a ação censória sobre livros e jornais, diminuindo as respetivas vendas, levou ao desemprego sectorial dos gráficos. Um dos jornais que contribuiu para tal foi o republicano *Diário da Noite* – um dos mais agressivos face à APT (cap. V) –, cuja suspensão, em dezembro de 1932, deixou “no desemprego mais de 50 pessoas entre pessoal gráfico e administrativo” (Gomes, 2006: 64).

A partir de 1935, ano da maturidade da máquina censória (Gomes, 2006), verificou-se também um controlo preventivo da imprensa. Materializaram-no a limitação do número de páginas dos jornais, sobretudo dos diários – medida que deixou de vigorar após a Segunda Guerra Mundial (Gomes, 2006) –, a restrição do investimento publicitário dos organismos oficiais nos jornais considerados adversos ao Estado Novo<sup>387</sup> e o entrave à fundação de jornais não controlados por elementos alinhados com o regime – ou por ele considerados

---

<sup>386</sup> Por um lado, os atrasos que a censura acarretava na publicação dos jornais, o que punha em causa a distribuição dos mesmos fora de Lisboa. Por outro, o facto de alguns periódicos terem sido suspensos por decisão da censura, como sucedeu ao republicano *O Rebate*, em 1928, o que lançou “no desemprego temporário dezenas de famílias” (Gomes, 2006: 25). A primeira questão foi agravada quando o endurecimento da censura, em agosto de 1926, determinou que os periódicos de Lisboa fossem sujeitos à remessa para a censura “de um exemplar de máquina, só podendo ser postos à venda após segunda censura” (*Id.*, p. 23).

<sup>387</sup> Medida que vigorou até 1947 (Gomes, 2006).

moralmente e intelectualmente idóneos, condição atestada pela polícia política – e cujas empresas editoras não provassem ter meios financeiros adequados.

Tais medidas fizeram “vacilar muitos jornais, uns forçados a suspender a publicação por imperativos de ordem económica, suprimida a publicidade oficial, outros por motivações de ordem política” (Gomes, 2006: 81). Consequentemente, entre 1926 e 1964 registou-se uma crescente e elevada diminuição do número de periódicos<sup>388</sup>, sendo que “os jornais que mais diretamente suportaram as consequências da censura prévia foram os republicanos, como *O Mundo*, *O Rebate* ou *A Batalha*, que acabaram por desaparecer” (Rodríguez, 1996: 366).

### IV.3 AMBIENTE COMUNICACIONAL

O período em análise ficou marcado, ao nível da comunicação aplicada às organizações, *lato sensu*, pela emergência da publicidade enquanto atividade com uma base técnica e científica, e progressivamente profissionalizada, e também pela importação e divulgação do conceito e da prática das RP. A caracterização, ainda que breve, de ambos os fenómenos comunicacionais permite compreender melhor o contexto em que despontou em Portugal a prática das RP e também como tal prática acompanhou e beneficiou dos avanços registados na profissionalização da atividade publicitária e de outros fornecedores de serviços.

#### IV.3.1. Publicidade

A prática organizada da publicidade através de agências, tipificando a publicidade moderna (Estrela, 2004), remonta, a nível mundial, ao segundo quartel do século XIX (Lampreia, 1989).

Em Portugal o arranque deste tipo de organizações foi ligeiramente mais tardio, datando do terceiro quartel do século XIX<sup>389</sup>. Na base do desfasamento temporal esteve o “atraso do processo de industrialização e urbanização do país” (Castro 2002: 64) e a dificuldade de legitimar a publicidade junto dos potenciais anunciadores<sup>390</sup>.

---

<sup>388</sup> Tendo como referência os jornais de província, Rodríguez (1996) nota que dos 200 periódicos existentes em 1926 se passou, sucessivamente, para 170 (1933), 80 (1944) e 17 (1963).

<sup>389</sup> A primeira agência foi fundada em 1865 por Luiz Maria Pereira de Braun Peixoto, que dois anos depois criou a Agência Primitiva de Anúncios (Peixoto, 1870). Em 1875, foi fundada a Agência Universal de Anúncios, tendo tido por mentor D. Thomaz de Mello (Cf. ANTT, EPJS-3939, pasta fev.-jun. 1939, documentos 408 e 409, de 22 de março de 1939).

<sup>390</sup> Sobre esta questão, veja-se Tengarrinha (1989), que afirmou, a propósito do período relativo aos últimos dois quartéis do século XIX, que “tiveram de ser vencidas, em primeiro lugar, duas grandes resistências: a falta de dinamismo da nossa vida económica e a limitada visão dos nossos homens de negócios, que não reconheciam facilmente as vantagens dos anúncios como fator importante nas operações de oferta e de procura” (p. 226).

De acordo com Magalhães *et. al.* (1966) “entre 1845 e 1900 a técnica do anúncio não teve grande progresso” (p. 252), tendo a atividade publicitária despontando sobretudo após o término da Primeira Guerra Mundial, período em que “começou a ser estudada e trabalhada metodicamente, auxiliada com vigor pelo desenvolvimento de novas indústrias” (*Id., ibid.*), visão que é corroborada por Lampreia<sup>391</sup> (1989). De facto, terá sido a partir dos anos 1910, quando os cartazes publicitários adquiriram uma matriz moderna (Lobo, 2001), e dos anos 1920 que se iniciou em Portugal a atividade publicitária com sustentação teórica e realizada por empresas cujo objeto social era a prestação de serviços nesta área (Lampreia, 1989, p. 23).

Tal fenómeno teve na base uma série de fatores, incluindo as mudanças culturais decorrentes da implantação da Primeira República (Lobo, 2001), o desenvolvimento da propaganda na sequência da Primeira Guerra Mundial (Lampreia, 1989), o surgimento de novas técnicas de impressão tipográfica que vieram possibilitar uma revolução na publicidade comercial, nomeadamente ao nível dos cartazes (Lobo, 2001), e a instalação em Portugal de empresas multinacionais clientes, nomeadamente nos sectores do comércio automóvel. Contribuiu também o papel desempenhado pelos pintores modernistas (França, 1991), que “chamaram a atenção dos industriais e comerciantes para o fenómeno publicitário em termos definitivos” (Magalhães *et. al.*, 1966: 252).

Entre as agências iniciadas em Portugal nos anos 1910, a primeira, ainda que de âmbito muito limitado, terá sido a Empresa Portugalía, fundada, em Lisboa, em 1912, tendo-se especializado na afixação de cartazes em diversos pontos do País<sup>392</sup>. Seguiu-se-lhe o Escritório Técnico de Publicidade (ETP), fundado em 1914, no Porto, por Raúl de Caldevilla, o qual assumiu uma especial importância por praticar uma publicidade de base científica e pela inovação que trouxe à atividade publicitária<sup>393</sup>. Finalmente, no início de 1918, começou a operar, em Lisboa, a agência Atlântida – Escritórios de Publicidade Internacional,

---

<sup>391</sup> Refere Lampreia (1989) que se, até ao princípio do nosso século, houve certa evolução, ela situa-se essencialmente ao nível dos *media*, e não da técnica de comunicação, que praticamente não fez nenhum progresso. Não se fala ainda nem em estudos de mercado, nem em psicologia, nem em técnicas de paginação ou visualização. Quanto à criatividade, ela só entrou em cena a partir dos anos 20” (p. 22).

<sup>392</sup> Cf. ANTT, EPJS-3937, docs. 383 (31/12/1937) e 385 (20/12/1937). Nos anos 1930, a Empresa Portugalía era dirigida por Rodolfo Futscher Pereira.

<sup>393</sup> Segundo Baptista (1998) e Lobo (2001), houve três organizações que entre 1914 e 1923 operaram sob a marca ETP, registada por Caldevilla em agosto de 1914. A importância da ETP foi notada, entre outros, por Samara e Baptista (2010), que afirmam que “o cartaz publicitário português é indissociável de Raúl de Caldevilla [...] A ETP teve um papel muito importante na atualização da linguagem visual dos cartazes publicitários portugueses, alinhando com a estilização gráfica praticada em França” (pp. 16-17). Lobo (2001) e Baptista (1998) documentaram o contrato que a ETP estabeleceu em 1918 com a Companhia Carris de Ferro do Porto para “a afixação de cartazes, *tabuletas* e anúncios” (Lobo, 2001:16) e o desenvolvimento da publicidade exterior fora do perímetro urbano.

organismo dirigido pela jornalista Virgínia Quaresma (Seixas, 2004). Nesta década, surgiu também, no Porto, uma produtora cinematográfica, a Invicta Filme, fundada em 1917 por Alfredo Nunes de Matos (Ribeiro, 1973; Costa, 1983), que “desbravou caminho ao produzir alguns pequenos filmes documentais que, supostamente, serviam de propaganda às indústrias nacionais” (Estrela, 2004: 77). A responsabilidade pela publicidade dos filmes da Invicta foi atribuída a Raúl de Caldevilla, ao qual se deve “o aparecimento do filme enquanto formato publicitário [...] em Portugal” (Estrela, 2004: 78).

A suportar a atividade publicitária em si, verificou-se nos anos 1910 um primeiro fenómeno de conceptualização e de teorização da publicidade por parte de autores portugueses, o qual ficou patente numa série de artigos publicados na imprensa e num livro da autoria de Raúl de Caldevilla (1914). Na imprensa, especificamente no jornal *A Capital*, foram publicados diversos artigos entre 1916 e 1919<sup>394</sup> nos quais a publicidade emergiu como ciência e como atividade profissional de aprendizagem técnica (Delta, 1916a, 1916b, 1916c; Ferreira, 1919c; “O império da publicidade, 1919). Ao nível dos livros técnicos nacionais que contribuíram para a teorização da publicidade e da atividade publicitária, o primeiro de que há conhecimento foi publicado em 1914 por Raúl de Caldevilla, tendo por título *A Publicidade*, o qual terá beneficiado da exposição internacional do autor<sup>395</sup>. Posicionando a sua importância no contexto do primado da informação que via enformar as civilizações contemporâneas, Caldevilla (1914) via a publicidade como tendo uma base científica assente na psicologia aplicada (Júnior, 1943), atribuindo-lhe um amplo serviço social.

Os anos 1920 parecem ter correspondido ao início da colaboração das agências portuguesas com as agências estrangeiras, das quais receberam clientes. Foi exemplo de tal a Manuel Martins da Hora (MMH)<sup>396</sup>, que em 1927 logrou representar em Portugal a delegação da J. W. Thompson<sup>397</sup> em Madrid, recebendo dela contas como a da General Motors (Cardal e Almeida, 1994). Para a MMH, trabalhou o poeta Fernando Pessoa, cuja atividade como publicitário evidencia sinais de profissionalização da publicidade na época e

---

<sup>394</sup> Antes de 1916, Martins (1912) publicara um artigo também em *A Capital*, mas dedicado ao cartaz.

<sup>395</sup> Segundo Júnior (1943) e Costa (1983), entre 1906 e 1913, Caldevilla trabalhou em Espanha e foi agente comercial do Governo português em 14 Estados da América do Sul. Viveu e estudou em Paris, tendo-se matriculado na Escola de Altos Estudos Comerciais, na qual estudou com Octave-Jacques Gérin. Em dezembro de 1917, foi nomeado, por sua proposta, Sócio Honorário da *Conférence des Chefs de Publicité du Commerce et de l'Industrie*, de Paris, e nesse âmbito, participou em 1937 no 3.º congresso Mundial de Publicidade.

<sup>396</sup> De acordo com Castro (2002), a MMH foi a agência mais importante nos primeiros passos da profissionalização da publicidade em Portugal. A sua fundação ocorreu em 1927 por iniciativa de Manuel Martins da Hora (1896-1981), considerado o “pai da publicidade em Portugal” (Cardal e Almeida, 1994: 108), que em 1925 constituíra, com João Pereira Rosa (1885-1962), então subdiretor do jornal *O Século*, a Empresa Central de Publicidade (ECP).

<sup>397</sup> Multinacional norte-americana do sector da publicidade.

de aproximação a práticas que ainda hoje são correntes<sup>398</sup>. Iniciaram também atividade nos anos 1920 o Atelier Arta, criado por Artur Soares e Jorge Barradas, e a Agência de Publicidade Artística (APA)<sup>399</sup>, tendo colaborado em ambas o designer Fred Kradolfer (1903-1968)<sup>400</sup>, que trouxe para Portugal “o estilo do cartaz moderno” (Estrela, 2004). Nesta década, concretamente em 1924, surgiu também “o primeiro filme com intenções claramente publicitárias” (Estrela, 2004: 80), o qual foi realizado por Luís Nunes (1908-19--). A divulgação da teoria da publicidade foi efetuada pela revista *A Publicidade Moderna*<sup>401</sup>.

De acordo com Estrela (2004), que estudou a atividade publicitária durante as três primeiras décadas de vigência do Estado Novo, os anos 1930 caracterizaram-se por uma atividade publicitária “incipiente em Portugal em termos de organização e planeamento, vigorando ainda, em grande parte, um sistema de iniciativas espontâneas, esporádicas e anárquicas” (p. 98). Especificamente, a década ficou marcada pelo predomínio do estilo informativo<sup>402</sup> e dos valores utilitários na mensagem publicitária, pela influência estética do realismo e do modernismo, pelo condicionamento na utilização dos meios<sup>403</sup>, com o predomínio da imprensa e, conseqüentemente, a fraca expressão da rádio e do cinema, pelo importante papel desempenhado pelo anunciante Estado num contexto de reduzido número de anunciantes, por um volume reduzido de negócios, pela pré-profissionalização da atividade publicitária<sup>404</sup> e pela dificuldade de subsistência e a existência efémera das agências.

Tais organizações foram sobretudo afetadas pela concorrência das gráficas – cujos ilustradores desenvolviam publicidade e propaganda para várias empresas clientes – e dos próprios meios de comunicação, aos quais alguns anunciantes recorriam diretamente,

<sup>398</sup> A estratégia que Fernando Pessoa concebeu para a promoção turística da Costa do Sol (Cardal e Almeida, 1994) é a esse título reveladora e exemplificativa, aí surgindo conceitos como o público-alvo e a segmentação dos públicos. Sobre a atividade publicitária de Pessoa, vejam-se também Ferreira (1986) e Galhardo (2006).

<sup>399</sup> Fundada em 1927 por Luís Nunes (Estrela, 2004).

<sup>400</sup> Sobre Fred Kradolfer e a sua atividade publicitária, veja-se Bártolo e Silva (2012).

<sup>401</sup> Criada e dirigida por Ribeiro de Sousa, tinha como objetivo desenvolver “um programa de trabalho instrutivo na mais moderna das ciências comerciais” (“Pedras do Rocio”, 1924: pp. 1-2) e ser “o porta-voz convicto dessa renovação que se impõe aos processos de propaganda ou publicidade nacional” (*Id.*, p. 2). De acordo com o referido periódico, tal renovação implicava realizar a publicidade “pelos processos racionais que a experiência tem erigido em leis, e não pelo empirismo ingénuo de tantos desiludidos que não acertaram com o sonhado ponto de contacto entre o seu produto e o público” (*Id.*, *ibid.*).

<sup>402</sup> De acordo com Estrela (2004) “este estilo caracteriza-se por ter uma atitude passiva face ao consumidor, não apelando a qualquer comportamento” (p. 37).

<sup>403</sup> Estrela (2004) refere que até 1936 o Estado português proibiu a publicidade na rádio, “proibição apenas atenuada com algumas licenças restritivas quanto ao tempo de publicidade, a partir de 1936 (p. 101).

<sup>404</sup> Estrela (2004) fundamenta tal análise no facto dos publicitários, à exceção dos proprietários das agências, não se dedicarem em exclusivo à atividade, não beneficiarem de formação profissional formal e de não existir um código de ética regulador.

beneficiando do facto de serem “diversos os jornalistas que se dedicam à redação de anúncios, enquanto fonte complementar de rendimentos” (*Id.*, p. 103) e também porque “os ilustradores que colaboravam com os jornais faziam trabalhos de publicidade” (*id.*, *ibid.*). Ainda assim, de acordo com Estrela (2004), o estabelecimento da Havas<sup>405</sup> e da Belarte<sup>406</sup> indiciou a “modificação da situação da atividade publicitária no sentido de ela passar a ser mais mediada pelas agências” (p. 103)<sup>407</sup>. Além dessas agências, iniciaram funções durante a década a UP, fundada em 1932 por Tomás de Mello e Castro Fernandes (Lobo, 1998) e a Empresa de Tipografia e Publicidade<sup>408</sup>, estabelecida em 1936 por iniciativa do designer José Rocha. Desde pelo menos 1935, operava também a Agência Portuguesa de Publicidade<sup>409</sup>.

Ainda nos anos 1930, foi emitido o primeiro programa publicitário da rádio portuguesa, gravou-se o primeiro anúncio radiofónico, o que sucedeu em 1938, e surgiu na EN, em 1939, o primeiro programa que explorou a interatividade com o público (Estrela, 2004). No campo do cinema, foram realizados os primeiros filmes publicitários sonoros, de que a Tobis foi pioneira em 1932 (Estrela, 2004). Quanto à profissionalização da atividade, assistiu-se à tentativa de criação de um clube português de publicitários, iniciativa empreendida por Manuel Martins da Hora (Cardal e Almeida, 1994).

Em termos teóricos, a década de 1930 foi pouco produtiva, merecendo destaque dois artigos de jornal. O primeiro, publicado em 1932, pretendeu estabelecer a importância da publicidade através da imprensa, historiando a evolução do anúncio nos jornais portugueses e defendendo, em simultâneo, a importância da técnica publicitária (Sousa, 1932). No ano seguinte, um outro artigo focou a importância da adaptação da publicidade “à psicologia do público” (“Para comerciantes”, 1933: 11) e salientou a ausência em Portugal de agências técnicas.

Nos anos 1940, as dificuldades colocadas pela Segunda Guerra Mundial obrigaram à suspensão da atividade de algumas agências, como a APA e a MMH, levando os proprietários a colaborarem na propaganda de guerra (Cardal e Almeida, 1994; Estrela,

---

<sup>405</sup> Embora Estrela (2004) situe nos anos 1930 a emergência da atividade publicitária da Havas em Portugal, tal carece de ser investigado. Com efeito, a Havas já desenvolvia tal atividade nos anos 1910, estando ligada à Agência Primitiva Peixoto (cf. AHDMNE, 3.º piso, A 22, maço 464, fatura de 31 de dez. de 1914).

<sup>406</sup> Constituída no Porto, em 1938, por Roberto Araújo Pereira (1908-1969), Mário Neves e Alfredo Araújo Pereira. Este último foi autor do livro *Técnica da Publicidade* (Pereira, 1942).

<sup>407</sup> Como refere Estrela (2004), “a relação mediada não era contudo inexistente de todo nos anos 1930, atraindo “conceituadas empresas nacionais e multinacionais que investiam mais em publicidade e utilizavam campanhas com maior continuidade” (p. 103).

<sup>408</sup> Estrela (2004) refere-se-lhe como Estúdio Técnico de Publicidade. Porém, numa carta dirigida ao jornal *O Século* (cf. ANTT, EPJS-3947, pasta dez./1947 a set./1949, documento 231 de 26/05/1948) a empresa de José Rocha surge com a designação ETP – Empresa de Tipografia e Publicidade, Lda.

<sup>409</sup> Cf. ANTT, EPJS-3940, pasta out./1939 a abr./1940, docs. 78, 79, 80 e 81, de 01/03/1940.

2004). Ainda assim, surgiram novas agências, incluindo a Sociedade Técnica de Organizações Publicitárias (STOP)<sup>410</sup> e a Sonarte Publicidade, fundada em 1948 por Artur Agostinho (1920-2011).

Sobre este período, Estrela (2004) salienta o crescimento do estilo informativo nos anúncios publicados na imprensa, a diminuição dos anunciantes estrangeiros oriundos dos países envolvidos na Segunda Guerra Mundial e o crescimento dos nacionais, a diminuição da mediação da publicidade via agências, a continuação do Estado como maior investidor da produção de cartazes, o início da exploração da concessão publicitária das salas de cinema, o desenvolvimento da publicidade radiofónica através dos programas radiopublicitários e o adiamento da profissionalização da atividade publicitária.

A teorização<sup>411</sup> da publicidade foi realizada através do livro *Técnica da Publicidade* (Pereira, 1942) – que a posicionou como ciência e defendeu a importância da psicologia e dos estudos de mercado –, e de um artigo de Cândido Costa Pinto (1944). Artista gráfico e pintor (França, 2009), Costa Pinto (1911-1976) defendeu nesse artigo a profissionalização da atividade publicitária, introduzindo o conceito de ‘técnico de publicidade’ e da especialização. A profissionalização só veio, contudo, a emergir nos anos 1950.

#### IV.3.2. Relações Públicas

O termo ‘relações públicas’ e um primeiro conceito de RP terão chegado a Portugal em 1915 através de uma conferência que Mário de Azevedo Gomes (1885-1965), então professor do Instituto Superior de Agronomia (ISA), proferiu, nesse mesmo ano, na Associação de Agricultura, sob o título «A Universidade Americana nas suas relações com o público: a obra da Extensão Universitária e os progressos da agricultura». O conteúdo de tal conferência, promovida pela Sociedade de Ciências Agrónomicas de Portugal (Mayer, 1935), foi posteriormente publicado, com o mesmo título, na *Revista Agronómica* (Gomes, 1915), órgão da Sociedade de Ciências Agrónomicas de Portugal, e numa separata do referido periódico científico (Gomes, 1916) (Anexo Digital 34).

Segundo Mayer (1935), a conferência teve lugar pouco tempo depois de Azevedo Gomes ter regressado de “uma rápida mas profícua viagem aos Estados Unidos” (p.129). De facto, em abril de 1915, sob proposta do Conselho Escolar do ISA (Pereda, 2011), Azevedo Gomes e Ruy Ferro Mayer deslocaram-se aos EUA com o objetivo de estudar “a organização geral do ensino agrícola universitário, apreciando tanto o seu espírito, como as

---

<sup>410</sup>Embora não seja possível determinar a data de fundação da STOP, em abril de 1943 a agência encontrava-se já em atividade (cf. ANTT, EPJS-3943, pasta Dez/1942 a Set./1943, documento 146 de 27/04/1943).

<sup>411</sup> Registe-se também a publicação nos anos 1940 de um artigo de jornal contendo um breve esboço da história mundial da publicidade (Coral, 1944).

condições materiais em que se exerce” (Mayer, 1915: 179)<sup>412</sup>. Dessa visita, Azevedo Gomes reteve sobretudo o trabalho de extensão universitária, prática importada de Inglaterra para a América no final do século XIX (Gomes, 1915), consistindo no “alargamento da [...] esfera de ação [das universidades], visando a tornar extensivos a todo o público os benefícios do ensino superior, e de algum modo, a prender à organização universitária toda a orientação da vida da nacionalidade” (*Id.*, p. 207). Atribuiu-lhe não só “uma das razões da orientação progressiva norte-americana” (*Id.*, *ibid.*) como a viu também com interesse por permitir à universidade relacionar-se com o público<sup>413</sup>.

Ao descrever o processo de extensão universitária, Azevedo Gomes (1915) explicitou que em algumas universidades aquela se encontrava subordinada a uma “organização perfeita, diferenciada técnica e administrativamente, com dotação própria e com pessoal especializado” (p. 209), tendo como objetivo abater “as clássicas barreiras entre a vida da Universidade e a vida do meio que a cerca” (p. 210). Tal trabalho era produto das “boas relações que a Universidade Americana mantém com o público” (*Id.*, *ibid.*), entendido como um conjunto formado por diversas categorias. A ação junto do mesmo era desenvolvida por um “corpo de funcionários especialmente encarregado da *Extension Work*, quer falando, quer escrevendo” (*Id.*, p. 224)<sup>414</sup>. Os meios que utilizavam eram diversos<sup>415</sup> e a sua operacionalização envolvia a participação de parceiros, nomeadamente empresas de transporte ferroviário, bancos rurais, institutos de agricultores e associações de agricultores.

Se Azevedo Gomes não definiu diretamente o conceito de RP, pelo menos não como Grunig e Hunt (1984) o fizeram – exprimindo-o como “a gestão da comunicação entre uma organização e seus públicos” (p. 6) –, fez, todavia, menção à “necessidade de compreensão mútua” (Gomes, 1915: 7) e de cooperação e também de influência mútua entre emissor e recetor de comunicação, elementos utilizados por alguns autores para definir as RP (Cf. Introdução). Assim, defendendo que “um instituto de ensino superior [...] precisa, para cumprir inteiramente a sua missão [...] de influir junto do grande público” (*Id.*, p. 215), argumentou que a universidade americana procurava, nas relações com o público,

---

<sup>412</sup> Foram, pelo menos, quatro as universidades visitadas – Cornell, Michigan, Illinois (em Urbana-Champaign) e Wisconsin-Madison –, assumindo a última maior relevo na sua descrição das práticas de RP (Gomes, 1915).

<sup>413</sup> Segundo Gomes (1915), a extensão universitária permitia à universidade ser “um organismo cheio de vida, em constante tráfego de relações de ordem intelectual com o meio, aberta de par em par às solicitações do público, a querer saber das suas necessidades para provê-las de remédio, das suas dúvidas, dos seus erros tomando boa conta para os desfazer e para corrigi-los” (p. 207).

<sup>414</sup> Gomes (1915) estava ciente da obra de Edwin Emery Slosson (1910), que popularizou a ciência, argumentando que as universidades deviam ter pessoas capazes de comunicar com o público sobre a ciência.

<sup>415</sup> Incluindo a realização de excursões de propaganda ferroviária, a publicação de circulares, revistas e boletins, a produção de cartazes, o estabelecimento de relações com a imprensa, a organização de exposições, de conferências e de concursos e a distribuição de amostras de produtos.

“desenvolver a ideia de cooperação, e [...] criar um elevado espírito de comunidade” (*Id.*, *Ibid.*), afirmando a necessidade da Universidade e o seu meio envolvente “se penetrarem mais ou menos intimamente” (p. 210).

Outro elemento definidor das RP que Azevedo Gomes observou nas relações da universidade com os públicos foi a necessidade de gerar *goodwill*, isto é, boa vontade. Com efeito, afirmou que “o organismo universitário procura, como é natural, fortalecer cada vez mais aquela corrente de apoio externo; vê nisso o interesse da missão difícil que se impôs; e todo o seu empenho é o de captar dia a dia energias novas que venham ajuntar-se às próprias energias” (Gomes, 1915: 212).

Finalmente, ecoa em Azevedo Gomes a definição de RP proposta por Cutlip *et al.* (2006), que entendiam as RP como “a função de gestão que estabelece e mantém relações mutuamente benéficas entre uma organização e os públicos dos quais o seu sucesso ou fracasso depende” (p. 1).

De facto, a motivação para as RP baseada em relações de dependência foi notada por Azevedo Gomes (1915), que se referiu à necessidade de relacionamento com “todas aquelas agremiações e entidades de cujo auxílio a Universidade carece (p. 213). Nesse sentido, afirmou que sendo uma universidade de um Estado subsidiada pelo público, das boas relações com o mesmo “depende muitas vezes [...] o próprio desfogo das suas condições de vida” (*Id.*, p. 214), sendo necessário mostrar aos contribuintes que aos seus “créditos é dada uma criteriosa aplicação” (*Id.*, p. 215).

É interessante notar que Azevedo Gomes (1915) usou o termo ‘Relações com o Público’ em vez de ‘Relações Públicas’, tendo este último vindo a ser adotado muito posteriormente em Portugal. Referiu-se também às práticas de tipo-RP como propaganda e não como RP, denominando os praticantes de propagandistas.

#### IV.3.3. Fornecedores de serviços especializados

A prática das RP carece da existência de um conjunto de fornecedores de serviços capazes de apoiar a operacionalização das estratégias definidas ou de facilitar a avaliação dos seus resultados. O surgimento de tais fornecedores especializados deve, pois, de ser considerado como condição importante para a génese das RP no País, acompanhando, em teoria, o seu desenvolvimento.

Nesse sentido, a análise documental evidencia que foi no período em análise que emergiram as primeiras agências redatoriais e de recortes de imprensa.

Quanto às agências redatoriais, cujo propósito era escrever textos para publicação na imprensa sob a forma de publireportagens, identificou-se apenas a criação de duas.

A Agência Americana de Notícias (AAN), uma “agência oficiosa de informação jornalística internacional, fundada em 1912, pelo poeta brasileiro Olavo Bilac” (Fiadeiro, 2003: 53), tinha a dirigi-la a jornalista Virgínia Quaresma (Cf. IV.2.1.). Os seus contactos na imprensa permitiam-lhe negociar com os jornais a compra de espaço editorial para a publicação de artigos de clientes que representava, nomeadamente os bancos (Fiadeiro, 2003), mas não só. Veja-se, por exemplo, a série de cinco artigos que a AAN contratou em novembro de 1919 com *O Século*, visando defender a regulamentação do jogo (“Prova-se”, 1921), e também o contrato que firmou, no início da década de 1920, com o Estado português<sup>416</sup>.

No Porto, foi fundada no final dos anos 1910 A Redactorial<sup>417</sup>, que se incumbia de “redigir toda a classe de artigos e comunicados, destinados à publicidade” (“«A Redactorial», 1917: 1). Os seus diretores eram os jornalistas Gualdino de Campos<sup>418</sup> e Lopes Vieira. Nos anos 1940, as agências de publicidade terão desempenhado um serviço similar (Cf. IV.4.1.).

As denominadas empresas de recortes de imprensa estão intimamente ligadas à prática das RP. De facto, o serviço de monitorização regular dos órgãos de comunicação social que efetuam para organizações clientes, tendo como interlocutor preferencial as estruturas de RP, permite a estas últimas – através do acesso aos conteúdos diariamente publicados e difundidos através de múltiplos géneros jornalísticos – avaliar a eficácia da relação com os jornalistas, nomeadamente quanto à quantidade e qualidade de notícias do seu interesse colocadas nos periódicos. Atendendo a tal correlação, o surgimento deste tipo de empresas em Portugal pode constituir um indicador da emergência da prática das RP.

Internacionalmente, as primeiras empresas do género surgiram na segunda metade do século XIX<sup>419</sup>, sendo o serviço que prestavam – a leitura e recorte de notícias publicadas pela imprensa – contratado por instituições governamentais, por empresas e por indivíduos, particularmente artistas. Tal serviço terá chegado a Portugal no final do século XIX através de organizações estrangeiras que forneciam recortes de jornais franceses e ingleses ao Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE), que contratou tanto a *Courrier de la Presse* – remontando a relação comercial entre ambos a, pelo menos, 1891<sup>420</sup> – como a *Durrant’s*

<sup>416</sup> *Diário do Senado*, Sessão n.º 39, de 17 de maio de 1922, pp. 4-14.

<sup>417</sup> A primeira referência que se conhece de A Redactorial remonta a março de 1917, através de uma notícia (“«A Redactorial», 1917) inserida em *O Primeiro de Janeiro* (Anexo Digital 35). A notícia surge no que terá sido uma edição especial do jornal, pois existe outra edição com o mesmo número e data.

<sup>418</sup> Que Cardoso (1954) descreveu como “um jornalista de grandes aptidões” (p. 26), tendo escrito “para numerosos jornais e revistas” (*Id., ibid.*), incluindo *O Comércio do Porto*.

<sup>419</sup> As empresas pioneiras foram, entre outras, a Romeike & Curtice, Ltd. (1852), a *L’Argus de la Presse* (1879), a *Durrant’s Press Cuttings* (1880), a *Courrier de la Presse* (1889) e a *Argus Suisse de la Presse* (1896). Nos anos 1920 foram fundadas a *The Press Cutting Bureau* (1920) e a *Lux Jornal* (1928),

<sup>420</sup> Cf. AHDMNE, 3.º piso, armário 22, maço 464, carta do livreiro-editor M. Gomes enviada ao MNE, datada de 16 de dezembro de 1891.

Press Cuttings, que prestou serviços entre, pelo menos, 1916 e 1923<sup>421</sup>. Os contratos com estas empresas eram estabelecidos não diretamente, mas através de livrarias lisboetas que agiam como intermediárias<sup>422</sup>. Entre as empresas portuguesas do género foi pioneira a Recorte – Organização Portuguesa de Recortes de Imprensa (Carneiro, 1973), fundada, em Lisboa, em 1939, por J. Serpa Quaresma<sup>423</sup>. Sensivelmente a partir de 1945, começaram também a operar a Índice – Empresa de Recortes dos Jornais, dirigida por Luis Barradas (Almedina) e por António Tavares<sup>424</sup>, e o serviço de recortes de imprensa da DPC – Departamento Publicitário Comercial, Lda., dirigido por J. Nunes Percheiro e por Ilda Luís<sup>425</sup>.

#### IV.4. PRÁTICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS EMPRESARIAIS

##### IV.4.1. Primórdios

Não ignorando a realidade do sector governamental e das organizações não governamentais (Apêndice), as práticas de tipo-RP parecem ter envolvido, durante a primeira metade do século XX, um conjunto relativamente restrito de empresas.

A análise de tal fenómeno, ainda que afetada e condicionada pela escassez de arquivos empresariais, ou pela dificuldade de aceder aos mesmos, revela diferentes níveis de institucionalização da prática, permitindo enquadrar as empresas em dois grupos distintos.

O primeiro deles incorpora as companhias em que se observam apenas alguns sinais de práticas de tipo-RP, seja através de ações pontuais – como sucedeu com a Aero Portuguesa<sup>426</sup> –, da importância concedida ao público e ao relacionamento com o mesmo – o que foi visível na CP a partir dos anos 1930<sup>427</sup> – ou das relações com a imprensa, de que

<sup>421</sup> Cf. AHDMNE, 3.º piso, armário 22, maço 464: carta dirigida ao MNE pelo Consulado Geral de Portugal em Londres, datada de 22 de julho de 1921; proposta da Secção dos Serviços de Imprensa, de 10 de Abril de 1923. Também a L'Argus de La Presse e a Argus Suisse de la Presse propuseram, nos anos 1910, os seus serviços ao MNE (cf. AHDMNE, 3.º piso, A 22, maço 464).

<sup>422</sup> Cf. AHDMNE, 3.º piso, armário 22, maço 464, carta da Livraria E. Ferin contendo recibo de Le Courier de la Presse, datada de maio de 1905.

<sup>423</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3939 – Pasta jan. a set. de 1939, docs. 225 (15/09/1939) e 226 (set. 1939). Note-se que a partir de maio de 1942, a Recorte alargou a sua atividade à publicação da *Revista da Imprensa Portuguesa (Anuário Geral da Nação)*, editada por Pires Antunes.

<sup>424</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3945 – Pasta abril de 1945 a março de 1946, docs. 453 (maio de 1945) e 454 (17/05/1945).

<sup>425</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3945 – Pasta Abril de 1945 a março de 1946, docs. 421 (23/06/1945), 422 (03/07/1945) e 423 (07/07/1945).

<sup>426</sup> Em 1939, comemorou publicamente o transporte do milionésimo passageiro (“Asas sobre a cidade”, 1939).

<sup>427</sup> Em julho de 1929, a companhia iniciou o *Boletim da CP*, no qual foram publicados a partir dos anos 1930 alguns artigos dedicados à importância do bom relacionamento e da delicadeza dos empregados da CP para com o público (Lapa, 1932; Berchtold, 1933; Pires, 1947; “Propaganda ferroviária”, 1950). O primeiro artigo

foram exemplo a The Eastern Telegraph Company Limited (ETC) (“A The Eastern”, 1927; “Telegramas”, 1927; “Traço-ponto”, 1939), a Portugal Previdente (“Portugal”, 1941) e a Manufatura Nacional de Borracha (MABOR), empresa que as operacionalizou através da respetiva administração<sup>428</sup> e, indiretamente, através de uma agência de publicidade<sup>429</sup>.

O segundo grupo engloba as empresas que estabeleceram departamentos de tipo-RP. A génese de tais estruturas remonta, de forma documentada, aos anos 1920/1930, estando representada pelo Serviço/Direção de Estatística e Propaganda da Companhia de Moçambique (CM)<sup>430</sup>, pelo Serviço de Propaganda das CRGE<sup>431</sup>, pela Secção de Publicidade e Propaganda dos CTT (SPPCTT), pelos Serviços de Informações, Reclamações e Propaganda (SIRP) da Companhia Portuguesa Rádio Marconi (CPRM) e, eventualmente, por um departamento de propaganda da Ford Lusitana, dirigido, nos anos 1930, por Guilherme Pedro Street Caupers (João Santos, 2014). Nos anos 1940, existiram departamentos de tipo-RP na Philips Portuguesa, consubstanciado na Secção de Imprensa e Publicações<sup>432</sup>, nos Transportes Aéreos Portugueses (TAP), com o seu Serviço de

---

especificamente sobre RP só surgiu no início dos anos 1950, sendo uma transcrição da revista espanhola *Ferrocarriles y Tranvias* (“As relações com o público”, 1952). Quanto a um departamento de tipo-RP, a CP criou em 1947 a Divisão Comercial, na qual se inseriu o Serviço de Turismo e Publicidade, que sucedeu ao Serviço do Turismo, anteriormente integrado na Secretaria Geral da empresa (“Divisão Comercial”, 1949). Tal serviço era de natureza eminentemente comercial, visando “fomentar o tráfego de passageiros, sob o ponto de vista turístico, e desenvolver a informação e a propaganda dos serviços de transportes efetuados pela Companhia” (“Divisão Comercial”, 1949: 14). Foi colaborador de ambos os serviços e subchefe e chefe do Serviço de Turismo e Publicidade (cargos que assumiu, respetivamente, em 1947 e em 1948) o jornalista António Montês (1896-1967), que entre 1947 e 1955 desempenhou também as funções de editor do *Boletim da CP* (“António Montez”, 1963). Em março de 1967, a administração da CP nomeou Élio Cardoso “encarregado das Relações Públicas da Companhia” (“Reorganização de serviços”, 1967: 28), havendo notícia, em 1971, da existência de um Serviço de RP (“Noticiário diverso”, 1971).

<sup>428</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3945 – Pasta abril a agosto de 1946, doc. 404, de 21/03/1946.

<sup>429</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3947 – Pasta dez. de 1947 a set. de 1949, doc. 231, de 26/05/1948.

<sup>430</sup> Cf. DGARQ/Companhia de Moçambique, nº de ordem 1222, cx. 774, mç. 808, processo de Herculano Nunes. Os referidos serviços foram dirigidos a partir dos anos 1920/1930 por Herculano Nunes (1886-194?), que em 1928 ingressou na CM. Formado no Instituto Industrial e Comercial do Porto, a sua carreira profissional fez-se no jornalismo, tendo começado, em 1908, no jornal *A Palavra* e decorrido em periódicos como *Comércio da Noite*, *Tempo*, *A Luta*, *A Capital*, *A Manhã*, *O Mundo* e o *Diário de Lisboa*.

<sup>431</sup> Cf. Arquivo CRGE – H09.02.05-04 e H11.01.01-01, o Serviço de Propaganda da CRGE (SPCRGE) terá sido criado entre 1929/1930. Dirigia-o o pintor belga Albert Jourdain (1891-1967), que se radicou em Lisboa em 1917, tendo colaborado na revista *Contemporânea* (Jourdain, 1922). O Serviço servia o esforço de vendas da CRGE (Matos *et al.*, 2004), enquadrando-se na expansão da rede elétrica nacional, a qual, como notaram Matos *et al.* (2004), levou os distribuidores de energia a à compreensão da “necessidade vital de propagandear o uso da eletricidade” (p. 313). Entre as atividades de tipo-RP desenvolvidas contam-se a edição do boletim *O Amigo do Lar* (1932-1938), a realização de campanhas publicitárias e de exposições e de stands.

<sup>432</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3946 – doc. 160, de 12/08/1947, a existência de um departamento dedicado às atividades de tipo-RP é comprovada pela carta que o responsável pela Secção de Imprensa e Publicações, Vasco de

Informações<sup>433</sup>, na companhia aérea holandesa KLM, mediante o Serviço de Imprensa e Publicidade<sup>434</sup>, na Companhia Colonial de Navegação (CCN), através do Serviço de Imprensa e Propaganda<sup>435</sup>, na Shell Company of Portugal, por via da Secção de Publicidade – que nos anos 1950 passou a designar-se Secção de Relações Públicas<sup>436</sup> –, na Socony-Vacuum (antecessora da Mobil), materializada na Secção de Publicidade – chefiada por Fernando Val do Rio de Carvalho Henriques (“Livros”, 1946), autor do livro *O Gerente e a sua gente: as relações entre dirigentes e dirigidos como fator de eficiência da empresa* (Henriques, 1946) – e, possivelmente, no Instituto Pasteur de Lisboa<sup>437</sup>.

---

Oliveira Guimarães, remeteu a *O Século* em agosto de 1947, na qual agradeceu a publicação de um artigo elogioso para com a Philips. O mesmo responsável surgiu noticiado em 1948 como chefe da Secção de Publicidade da Philips Portuguesa (“Congresso internacional”, 1948; “A Philips Portuguesa”, 1948).

<sup>433</sup> Cujo responsável seria Simões Muller (“No primeiro avião”, 1948).

<sup>434</sup> A KLM, que iniciou as suas atividades em Portugal em 1940 (“A inauguração das carreiras aéreas”, 1940), tinha, pelo menos desde 1948, um serviço de Imprensa e Publicidade. Chefiava-o João de Moraes Palmeiro (“Um jornalista na Holanda”, 1948), jornalista de profissão (“Sessões de Cinema”, 1949). Em 1947 já a KLM realizara atividades com a imprensa ao levar dois jornalistas portugueses ao Brasil e ao Uruguai para promover as ligações aéreas à América do Sul. Acompanhara-os Robert Jan Vogels, chefe dos serviços de imprensa da KLM na Holanda (“Dezassete jornalistas europeus”, 1947), identificado nos anos 1950 como diretor de RP da companhia (Yates, 1955). Em 1949, para celebrar o 30.º aniversário da KLM, Moraes Palmeiro organizou uma série de sessões de cinema cultural em Portugal (“Sessões de Cinema”, 1949).

<sup>435</sup> O referido serviço era dirigido por Maurício de Oliveira (1909-1972), que acumulou a função com a de jornalista do *Diário de Lisboa* e de diretor da *Revista de Marinha* e do *Jornal da Marinha*. Tendo começado a sua carreira em 1926 no jornal *Rebate*, Maurício de Oliveira foi também fundador, chefe de redação e diretor do jornal *A Capital* e diretor do *Jornal do Comércio* (“A morte de Maurício”, 1972; Oliveira, 1973), bem como um dos fundadores e secretário geral da comissão de propaganda da Marinha. A sua transição para a CCN deverá ter ocorrido em 1947 (“Bernardino Corrêa”, 1947: 31).

<sup>436</sup> As atividades de tipo-RP da Shell Company of Portugal, estabelecida em Portugal em 1910 (Boaventura, 1964), remontam aos anos 1920, com o boletim *Shell News*. Nos anos 1940, existia uma Secção de Publicidade (“Como e onde trabalha”, 1948) que desenvolvia a exibição de filmes junto de vários públicos (“8 filmes educativos”, 1940) e na qual trabalhava Ramalheite Beato, diretor e editor do *Shell News*. Nos anos 1940, a Shell possuía uma sala de cinema e uma filmoteca (Vasconcelos, 1948). As primeiras referências a práticas denominadas de RP datam dos anos 1950 (“As atividades de Public Relations”, 1952), tal como a existência de um Public Relations Officer, função desempenhada por Francisco Teixeira Bastos (“A Imprensa visitou”, 1951), e de uma Secção de Relações Públicas (“Jornalistas portugueses”, 1955), chefiada por Luís Carvalho Cerqueira. Não obstante sinais anteriores (“Public Relations”, 1951; “Conferência de «Public Relations», 1952; “As atividades de Public Relations”, 1952), o desenvolvimento das RP na Shell coincidiu com a criação, em 1953, da Shell Portuguesa, e à tomada de posse, nesse mesmo ano, de um novo administrador, que em 1956 publicou um artigo sobre as RP (Frangenheim, 1956). Note-se que a secção de RP da Shell era também designada por Serviços Culturais.

<sup>437</sup> Cf. “Instituto Pasteur” (1941), encontra-se referência a uma Secção de Propaganda neste laboratório farmacêutico, a qual é referida como tendo “chamado a si a colaboração de alguns dos melhores artistas gráficos, decoradores e fotógrafos do País, para os arranjos dos interiores e das montras, a realização dos cartazes e, também, das maquetes das embalagens” (p. 13).

Sendo impossível investigar, detalhadamente, todos os departamentos de tipo-RP criados pelas organizações empresariais referidas, o que fica a dever-se à escassez da documentação disponível<sup>438</sup> e aos iniludíveis condicionalismos de espaço e tempo, focamos apenas nos casos dos CTT – que, muito embora não pudesse à época ser considerado uma empresa<sup>439</sup>, tinha “sob certos aspetos, condições de existência muito semelhantes às de qualquer empresa particular” (“A publicidade dos serviços postais”, 1945: XVI)– e da CPRM. A opção pelas duas empresas referidas prende-se com o facto de, tal como a APT, operarem ambas no setor das comunicações, podendo, portanto, servir de termo de comparação no que se refere às práticas de RP ou de tipo-RP no período em análise. Acresce que os CTT, à semelhança da APT, operavam também, num ambiente económico de monopólio relativo<sup>440</sup>. Por outro lado, existe disponível, preservada em arquivo, significativa documentação respeitante à atividade dos CTT e da CPRM.

#### IV.4.2. Correios, Telégrafos e Telefones

A criação formal de um departamento de tipo-RP nos CTT remonta a 1937, ano em que a AGCTT iniciou um plano que visava a profunda reorganização e modernização dos seus serviços (Rollo e Pires, 2011).

O estabelecimento da Secção de Publicidade e Propaganda (SPPCTT) ocorreu em abril do referido ano, inicialmente com carácter provisório<sup>441</sup>, vindo a adquirir estatuto definitivo em dezembro de 1938<sup>442</sup>. O contexto da sua instituição foi explicado por Couto dos Santos, administrador-geral dos CTT, que revelou a clara influência do exemplo estrangeiro<sup>443</sup>:

<sup>438</sup> No caso do Serviço de Propaganda da CRGE, existe informação abundante no Centro de Documentação do Museu da Eletricidade. Optámos por não o caracterizar por, tal como notámos, configurar mais um departamento de marketing do que de tipo-RP (Matos *et al.*, 2004).

<sup>439</sup> A AGCTT foi criada em 1937, sucedendo à Administração Geral dos Correios e Telégrafos, criada em 1911, tendo adotado a sigla CTT (Rollo e Pires, 2011). Juridicamente, a AGCTT era um organismo autónomo dependente do Ministro das Obras Públicas e Comunicações, possuindo autonomia administrativa e financeira (Leão, 1944).

<sup>440</sup> A APT tinha a concessão das telecomunicações nas cidades de Lisboa e do Porto, enquanto os CTT operavam nas restantes cidades e a nível nacional.

<sup>441</sup> Mediante a ordem de serviço n.º 671, de 5 de abril de 1937.

<sup>442</sup> Mediante o Decreto-lei n.º 29:225, de 7 de dezembro de 1938, do MOPC.

<sup>443</sup> O conhecimento dos exemplos estrangeiros na área da propaganda e da publicidade foi posteriormente notado em diversos artigos publicados no *Guia Oficial dos CTT* (“A publicidade dos serviços postais”, 1945; “Porque se faz e como se faz Propaganda”, 1950; “Ainda a propósito de propaganda”, 1950). Num deles (“Porque se faz e como se faz Propaganda”, 1950) podia ler-se que “por vezes, importamos, adaptando a condições locais, o que de notoriamente útil lançaram outras Administrações” (p. I), salientando-se que “Publicidade e Propaganda de serviços postais, telegráficos e telefónicos não são de invenção nem de uso exclusivo dos CTT

Os grandes empreendimentos modernos, de carácter industrial ou comercial, demandam sempre organizações especializadas para se ocuparem dos problemas relativos à sua publicidade e propaganda.

Não podia fugir à regra a nossa Administração, na qual de há muito se vinha sentindo a necessidade de criar um serviço que concentrasse essas funções.

Foi esta a razão por que resolvi propor superiormente a organização, em bases metódicas e racionais, de um serviço desta natureza, à semelhança dos existentes em algumas das nossas congéneres estrangeiras (OS n.º 671, de 5 de Abril de 1937, pp. 518-519).

Estrutural e hierarquicamente, a SPPCTT esteve inicialmente integrada na 1.ª Divisão da Direção dos Serviços de Secretaria e Pessoal, conforme definido pela referida OS, tendo transitado em 1938 para a Direção dos Serviços Centrais<sup>444</sup>. A partir de 1947, e pelo menos até 1955, enquadrou-se na Direção dos Serviços Administrativos (AGCTT, 1948; AGPTT, 1955a)<sup>445</sup>. A denominação da SPPCTT registou também alterações ao longo dos anos 1940, passando a designar-se, sucessivamente, Serviços de Edições e Propaganda (SEP) (AGCTT, 1948) e Serviços Culturais (SC) (AGCTT, 1950).

Chefiada por Francisco do Vale Guimarães<sup>446</sup> (1913-1986), que no final dos anos 1930 começara a trabalhar nos CTT (Silveira, 2013), a SPPCTT desenvolvia uma propaganda informativa e a vulgar publicidade comercial (“Porque se faz”, 1950). A necessidade de ambas foi contextualizada no quadro de uma “época de febril atividade sob a égide da sistematização e do método” (p. I), sendo a prática da propaganda informativa associada ao “direito de todo o cidadão ser oportuna e cabalmente informado da evolução das condições dos serviços do Estado, e em especial, dos de utilidade pública” (*Id., ibid.*).

Quanto às competências específicas da SPPCTT, foram as mesmas definidas nos seguintes termos:

- a) Editar e promover a distribuição ou venda de todas as publicações da Administração Geral:

---

portugueses. Praticam-nas há muito, serviços congéneres de diferentes latitudes da Europa e da América” (*Id.*, p. II).

<sup>444</sup> Na sequência do Decreto-lei n.º 29:225, de 7 de dezembro do MOPC, 1938.

<sup>445</sup> Refira-se que, segundo Leão (1944), a orgânica dos CTT contemplava no topo da escala hierárquica a administração e, dependente desta, as direções de serviços, que se dividiam em repartições e estas últimas, por sua vez, em secções.

<sup>446</sup> De acordo com Silveira (2013), além de chefe da SPPCTT, Francisco do Vale Guimarães foi, sucessivamente, diretor de serviços dos CTT, dirigindo a Direção de Serviços Administrativos (na qual se incluía a SPPCTT/Serviços Culturais), e administrador com o pelouro dos recursos humanos, tendo lançado em 1967 a revista *Correios e Telecomunicações*. Paralelamente, foi governador civil de Aveiro por dois mandatos (1954-1959 e 1968-1974), no âmbito dos quais autorizou os três congressos republicanos da oposição política ao Estado Novo, realizados na cidade em 1957, 1969 e 1973. Foi também presidente do clube de futebol Os Belenenses, cargo que assumiu em 1959. Academicamente, era licenciado em Direito.

- b) Promover a propaganda dos serviços dos correios e telégrafos, no sentido de os divulgar e tornar conhecidos com o pormenor necessário para facilitar o mais possível a sua utilização;
- c) Explorar um serviço de propaganda comercial, para uso do público, estabelecido de forma a utilizar racionalmente as possibilidades permitidas pelos serviços e instalações da Administração Geral;
- d) Estabelecer contacto com o público e em especial com os usuários dos correios e telégrafos, de maneira a averiguar das suas necessidades, apresentando ao Administrador Geral propostas ou sugestões no sentido de que os serviços se lhes adaptem tanto quanto possível (OS n.º 671, de 5 de Abril de 1937, p. 519).

Igualmente definido pela referida OS foi o funcionamento da SPPCTT, muito particularmente as suas relações com a imprensa:

- 3.º) A Secção procederá, regularmente, à leitura dos jornais, revistas e outras publicações que lhe forem enviadas (incluindo as 3 séries do Diário do Governo), a fim de coligir convenientemente todos os documentos ou escritos que, de qualquer modo, interessem os serviços dos correios e telégrafos e, por isso, hajam de figurar no Boletim Oficial ou em outra qualquer publicação da Administração Geral.
- 4.º) A Secção de Publicidade e Propaganda comunicará ao Gabinete da Imprensa (Ministério do Interior) todas as notícias relativas aos correios e telégrafos que interesse levar ao conhecimento do público por meio dos jornais (*Id.*, p. 519-520).

Infere-se desta OS o carácter indireto das relações da SPPCTT com a imprensa (AGPTT, 1955a), as quais se estabeleciam, inicialmente, através do Gabinete de Imprensa do Ministério do Interior (MI) e, posteriormente, através do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), do Secretariado Nacional de Informação (SNI) e do Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação (GCSPI). Tal procedimento aplicava-se apenas à iniciativa dos CTT mas não à sua resposta a iniciativas dos órgãos de comunicação social, podendo nesse caso a SPPCTT remeter-lhes diretamente “artigos, relatórios ou publicações sobre a vida dos CTT” (AGPTT, 1955a: 9).

Além das relações com a imprensa, a SPPCTT/SEP/SC organizava exposições, encontros de funcionários dos CTT e a inauguração das novas estações de correios, fazia publicidade e editava cartazes e publicações (Guimarães, 1946; Guimarães, 194-; AGPTT, 1955a). Merecem destaque entre estas últimas o *Anuário dos CTT*, os periódicos *Guia Oficial dos CTT*<sup>447</sup>, iniciado em 1941 (AGCTT, 1952), e *Noticiário Oficial dos CTT*, iniciado em 1947 (Guimarães, 1946), e ainda a extensa coleção que transcreveu para livros as

---

<sup>447</sup> A propósito do *Guia Oficial dos CTT*, veja-se “O Guia Oficial dos CTT e os seus seis anos de serviço” (1947).

palestras profissionais principiadas em 1944 (Santos, 1947)<sup>448</sup>, os quais eram “distribuídos por todos os funcionários a partir da categoria de 3.º oficial e equivalentes” (AGCTT, 1944: 6). Na base das referidas palestras encontrava-se o pressuposto de que “maiores vantagens adviriam de relações mais próximas entre os funcionários dos CTT” (Cabral, 1950: 21), procurando-se, assim, contrariar a tendência à especialização profissional e ao alheamento do sentido de conjunto.

As práticas de tipo-RP não foram, porém, um exclusivo da SPPCTT/SEP/SC. Com efeito, aquela foi precedida pelo estabelecimento de uma Secção de Informações e Reclamações (SIR), criada a 1 de janeiro de 1937<sup>449</sup> no quadro da contestação aos serviços dos CTT<sup>450</sup>. Para a chefiar, foi nomeado Francisco Pedro da Silva. De acordo com este (Silva, 1949), os propósitos da SIR eram, “a exemplo de outros existentes em Administrações congéneres estrangeiras, (...) instruir largamente o público sobre a utilização dos Serviços e (...) concentrar todo o expediente relativo a queixas e reclamações” (p. 29). As respetivas competências incluíam a prestação ao público de informação sobre os serviços dos CTT, o registo e análise das reclamações sobre os serviços e o pessoal, e “proceder à leitura diária dos jornais portugueses, registar, estudar e promover a resposta aos artigos, notícias ou locais neles contidas onde figurem reclamações, pedidos ou sugestões relativos aos serviços ou ao pessoal”<sup>451</sup> (OS n.º 655, de 29 de Janeiro de 1937: 33).

Que a SPPCTT/SEP/SC – e a SIR – estava a par, especificamente, das práticas de RP, tendo funcionado como um departamento de tipo-RP e vindo a constituir o embrião das RP nos CTT, provam-no vários factos, a começar pelo conhecimento que possuía do exemplo estrangeiro neste âmbito. Tal informação foi adquirida tanto pelo acesso a publicações

---

<sup>448</sup> A base de dados da BNP integra mais de 80 livros desta coleção, publicados entre 1944 e 1955. O número de edições terá sido, porém, mais elevado, a avaliar pelo livro que transcreveu a palestra profissional n.º 126 (AGCTT, 1955).

<sup>449</sup> A SIR foi criada pela OS n.º 655, de 29 de janeiro de 1937. Veja-se também “A S.I.R.” (1942).

<sup>450</sup> Segundo Couto dos Santos, “quando me foram confiados os destinos dos CTT era um facto doloroso a hostilidade do público para com estes serviços, dando-lhe motivo, além de muita coisa que todos sabemos – todos os da minha idade, pelo menos – o velho costume de se deixar sem resposta as reclamações. [...] Criou-se então um serviço especial para se ocupar de consultas e reclamações e deu-se-lhe a regulamentação que lhe deveria permitir o desempenho cabal da função que dele se pretendia” (“Os CTT e o público”, 1949: V).

<sup>451</sup> Referindo-se a estas competências, Silva (1949) notou que “muito se comentou e criticou a matéria desta disposição. E, contudo, é incontestável que, da prática do que nela se contém, resultou para a Administração-Geral o conhecimento de erros, irregularidades e deficiências que, de outro modo, raramente passariam do conhecimento local ou regional” (p. 37). Compreende-se assim que as funções da SIR neste âmbito estavam unicamente ligadas à recolha e resposta às reclamações sobre os serviços dos CTT publicadas na imprensa. Já a SPPCTT tinha competências para, como vimos, divulgar à imprensa outro tipo de informação. Ambas as Secções se dirigiam à imprensa por intermédio do SPN/SNI (AGPTT, 1955a).

estrangeiras como através da cooperação que os CTT mantinham com organismos estrangeiros congéneres.

O primeiro fenómeno é testemunhado pelo artigo publicado, em 1945, no *Guia Oficial dos CTT*<sup>452</sup> (“A publicidade dos serviços postais”, 1945), que teve como fonte “várias revistas estrangeiras” (p. XII). Nele se divulgou que a administração postal holandesa “dispunha de um serviço privativo de imprensa «cujo papel consiste em manter boas relações entre a Administração, de um lado, e o público e a Imprensa, do outro»” (*Id.*, p. XIII) e que “em 1931 a Administração inglesa instituiu o «Comité de Publicidade», nitidamente um organismo de preparação daquele que três anos depois o substituiu, o «Public Relations Department»” (*Id.*, *ibid.*). Neste âmbito, e apesar da designação da SPPCTT não contemplar o termo ‘Relações Públicas’, a atividade que desenvolvia era por si comparada à dos referidos departamentos. A SPPCTT afirmava, aliás, prosseguir objetivos similares e utilizar os mesmos instrumentos de comunicação<sup>453</sup>.

A cooperação que os CTT mantinham com organismos estrangeiros congéneres permitiu a ligação direta com os respetivos departamentos de RP, tal como ficou patente na missão de estudo que o Eng.º José Vouga realizou em 1946, ano em que visitou os correios ingleses, tendo mantido contactos com os quadros do respetivo “Public Relations Department” (“A chegada da Comissão Telegráfica dos CTT”, 1946).

Uma primordial alusão direta à prática das RP nos CTT foi estabelecida em 1948 pelo seu administrador-geral – Luís Albuquerque Couto dos Santos –, que, por ocasião de uma conferência sobre as RP na APT<sup>454</sup>, afirmou que “de um modo geral, a política de relações públicas da APT coincide com a dos CTT e resume-se nisto: esforço progressivo e boa vontade para com o público e os seus interesses” (“Na sua brilhante conferência”, 1948: X).

Os primeiros sinais de tal esforço ficaram patentes num conjunto de artigos publicados no *Guia Oficial dos CTT*<sup>455</sup> e em três brochuras editadas pelos CTT. Num desses artigos, focou-se a importância do atendimento, realçando-se que o antigo comportamento burocrático e de indiferença “deixou de ser procedimento tolerado nas relações com o público” (“O que se exige”, 1946: XII).

Já na brochura *Os CTT e o Público* (AGCTT, 1945) (Anexo Digital 36), manifestaram-se as motivações que levavam a organização a comunicar com o público, nomeadamente a

<sup>452</sup> Publicação da responsabilidade editorial da SPPCTT.

<sup>453</sup> No artigo “A publicidade dos serviços postais” (1945) enunciam-se os instrumentos de comunicação utilizados nos anos 1930 pelos serviços de correio ingleses, incluindo os comunicados à imprensa, o recurso à rádio, a participação em feiras e exposições, a edição de impressos e brochuras e a produção de filmes, assinalando-se que os últimos dois instrumentos eram destinados tanto ao público como aos funcionários.

<sup>454</sup> Palestra organizada pela SPPCTT e que foi transcrita na brochura *Alguns aspetos das relações com o público* (Portugal, 1948), editada pelos Serviços Culturais dos CTT, com uma tiragem de 1750 exemplares.

<sup>455</sup> “Para o público e pelo público” (1944), “O que se exige” (1946) e “Os CTT e o público” (1946).

vontade de ilustrar a eficiência e a evolução dos serviços e a sua organização, segurança e regularidade, mas também prevenir “a opinião pública **contra** a generalização propositada ou inconsciente de casos singulares” (p. 3) ou “**contra** muitas afirmações que se produzem, deformando a verdade, avolumando o insignificante, [...], menosprezando a reputação de serviços do Estado que cumprem com o melhor zelo os seus deveres para com o público” (pp. 3-4). Estiveram-lhe, pois, subjacentes problemas de reputação e de imagem relativamente ao serviço prestado<sup>456</sup>.

A relação dos CTT com o público – e a sua expectativa quanto aos resultados a obter junto do mesmo – foi expressa em 1946 na brochura *A Propaganda dos CTT. Poderoso Fator de Aglutinação do Império* (Anexo Digital 36), da autoria de Vale Guimarães<sup>457</sup>. Deteta-se na referida obra não só o objetivo de conquistar *goodwill* para a atuação dos CTT e para o seu serviço, mas também uma certa tendência para colocar o público no centro da atividade da AGCTT ou para lhe transmitir tal posicionamento<sup>458</sup>.

Em 1949, a preocupação dos CTT com o público ficou patente na brochura *Os CTT e o Público, Informações e Reclamações* (Anexo Digital 36), tendo o seu autor (Silva, 1949) situado a obrigação dos CTT informarem o público no decreto com força de lei de 24 de Maio de 1911<sup>459</sup> e no decreto que reorganizou os serviços em 1919<sup>460</sup>.

Ainda em 1949, foi iniciado pelos CTT um inquérito público anual de âmbito nacional (“O público julga”, 1953), visando auscultar a satisfação dos utilizadores do seu serviço postal e telefónico<sup>461</sup>.

<sup>456</sup> Veja-se a este propósito o facto da referida publicação (AGCTT, 1945) evidenciar um aumento das reclamações consideradas injustificadas pela AGCTT, as quais passaram de 32%, em 1941, para 60%, em 1945 (mês de outubro). Também as reclamações fundamentadas aumentaram tanto no serviço postal como telegráfico nos anos 1930 e 1940, constituindo exceção o serviço telefónico (Silva, 1949). Ainda sobre os problemas de reputação dos CTT, veja-se “Os CTT e a Imprensa” (1946).

<sup>457</sup> Esta obra transcreve a palestra homónima que Vale Guimarães proferiu, na qualidade de chefe da SPP, em fevereiro de 1946 na Sociedade de Geografia, em Lisboa (“A propaganda dos CTT”, 1946).

<sup>458</sup> Afirmava Guimarães (1946) que “o público deve compreender e desejar a ampliação constante do serviço; desculpar-lhe os erros, pois o erro e o seu reconhecimento honesto são a condição de toda e qualquer melhoria; *deve mesmo interessar-se, colaborar, sugerir aperfeiçoamentos*; sentir que o serviço é *dele*, feito por ele e *para ele* – e que os dirigentes são simples administradores de um *património seu*, têm de lhe dar *contas*, *contas completas, minuciosas, de conscienciosos mandatários* (p. 12).

<sup>459</sup> Não conseguimos localizar o referido diploma.

<sup>460</sup> Decreto n.º 5:786, de 10 de maio de 1919, do Ministério do Comércio e Comunicações.

<sup>461</sup> A importância daquele instrumento foi exposta pela SPPCTT/SEP/SC nos seguintes termos: “*existe, portanto, uma compreensão exata e completa da opinião pública e é com base nela que se orienta a propaganda a fazer no triplo especto da formação, da informação e da correção. Não agimos em território psicologicamente inexplorado ou em que as respetivas necessidades e aspirações não tenham sido objeto de um estudo preliminar seguro. Alicerçada em tal base, a propaganda dos CTT em Portugal é absolutamente objetiva, concretamente sóbria e completamente verdadeira*” (AGPTT, 1955a: 5).

Não obstante o conhecimento do exemplo estrangeiro e do enfoque no público, nos anos 1940 as práticas de tipo-RP dos CTT eram influenciadas pelo enquadramento teórico e conceptual da publicidade e da propaganda e não pelo das RP, tal como ficou patente no livro *Ligeiras notas sobre Publicidade e Propaganda* (Anexo Digital 36), da autoria de Francisco do Vale Guimarães (194-)<sup>462</sup>. Isso mesmo se infere do conteúdo da obra<sup>463</sup> e também da bibliografia citada, na qual se encontram somente tratados sobre publicidade e propaganda<sup>464</sup>.

Nos anos 1950, os CTT aproximaram-se mais da teorização e do léxico das RP, sendo a sua publicidade e propaganda descritas como tendo duas vertentes: uma relativa aos serviços prestados<sup>465</sup> e outra de natureza institucional. Esta última foi caracterizada através de expressões como ‘o conceito geral sobre a qualidade dos serviços’ e de termos como a ‘dignidade’ e, sobretudo, o ‘prestígio’ e a ‘reputação’ organizacionais. A sua prática nos CTT era, porém, incipiente<sup>466</sup>.

Mais reveladora da progressiva institucionalização das RP nos CTT durante os anos 1950 foi a brochura que a SPPCTT/SEP/SC editou, por ocasião da participação na «I<sup>ère</sup> Exposition Internationale de Propagande PTT»<sup>467</sup>, intitulada *Relations avec le Public*<sup>468</sup> (AGPTT, 1955a). A designação escolhida para esta obra ilustra o conhecimento que havia

<sup>462</sup> Embora a obra em causa não contenha referência à data em que foi publicada, a análise do seu conteúdo permite situá-la em não antes de 1947, contrariamente ao que AGCTT (1955a) refere, que a datou de 1945.

<sup>463</sup> Guimarães (194-) definiu e distinguiu a Publicidade da Propaganda, realçando que “enquanto a publicidade é comandada por um fim particular, lucrativo e material, a propaganda visa um fim nacional e cultural; enquanto a publicidade apela para os sentidos, a propaganda dirige-se à razão” (p. 22).

<sup>464</sup> Referimo-nos às obras *Traité de Publicité*, da autoria de F. Crosse, e *Tratado Completo de Publicidade e Propaganda*, de Rafael Bori e José Gardó.

<sup>465</sup> Imbuíam essa vertente questões como “identificar o usuário com a crescente sistematização do uso público dos serviços, orientá-lo na escolha de modalidades dos mesmos serviços, intensificar a utilização de todos eles e, em especial, daqueles cuja exploração é deficitária em razão de uma insuficiente procura” (“Ainda a propósito de Propaganda”, 1950: XIII).

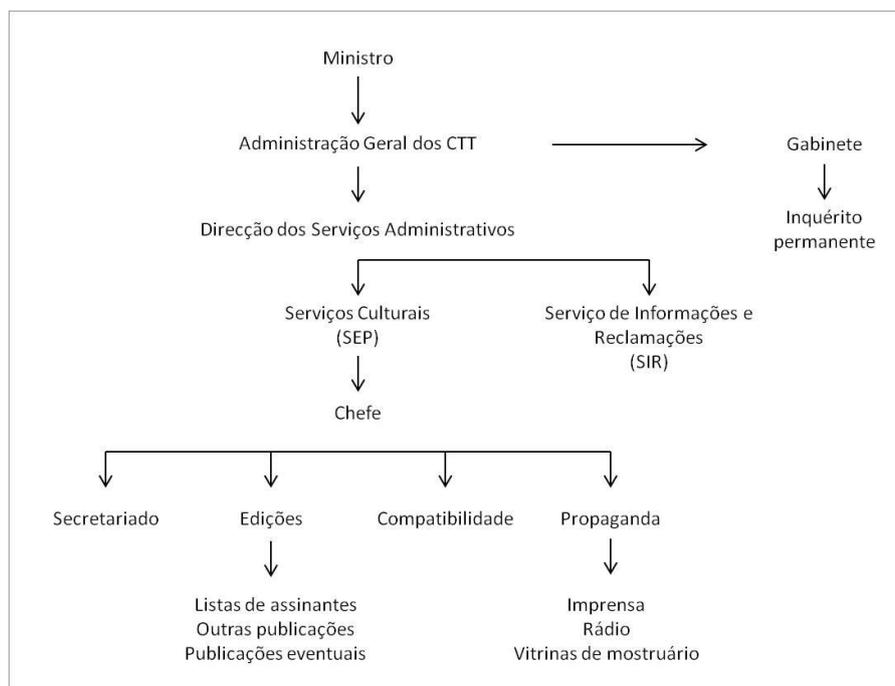
<sup>466</sup> Tal como se infere de um texto que refere que “é à propaganda, sobretudo, que compete velar pela reputação da instituição que a custeia, repondo luminosamente o que foi deturpado ou mal compreendido, mostrando as dificuldades que conspiram contra a ação dos serviços. O extermínio de falsas ideias sobre a responsabilidade dos mesmos serviços nos factos que só as circunstâncias preparam é uma das suas mais importantes missões. Do mesmo modo, é sua função destacar os êxitos de uma administração inteligente, os progressos técnicos e orgânicos realizados, que, por natureza, fraco eco têm fora da sua ambiência, sem deixarem de ser, muitas vezes, conquistas valiosíssimas. Todo este género de propaganda vem sendo, mais ou menos insistentemente, praticado por várias Administrações. Entre as que o realizam com maior largueza e eficácia não figura a Administração dos CTT de Portugal, que mal arremeda, acrescentando algumas modestas páginas ao seu indicador, os processos usados no estrangeiro” (“Ainda a propósito de Propaganda”, 1950: XIII).

<sup>467</sup> Realizada em Paris, em outubro de 1955 (AGPTT, 1955a).

<sup>468</sup> Esta obra foi acompanhada pela edição de outro livro dedicado apenas à apresentação gráfica das edições e stands dos CTT (AGPTT, 1955b).

nos CTT relativamente ao termo 'Relações Públicas' e como o mesmo era, ainda que não oficialmente, utilizado para designar um departamento que continuava, não obstante, a ser denominado de Serviços Culturais (Fig. IV.1.).

**Figura IV.1. – Organograma dos Serviços Culturais dos CTT (1955)**



Fonte: adaptado de AGPTT, 1955a, p. 10.

Foi, porém, nos anos 1960 que se registou um conhecimento factual dos fundamentos das RP pelos CTT e mesmo a sua divulgação interna. Tal fenómeno coincidiu com o envolvimento da Conferência Europeia das Administrações de Correios e de Telecomunicações (CEPT) na promoção das RP entre as diferentes administrações postais e a publicação pela SPPCTT/SEP/SC de duas brochuras (AGCTT, 1966, 1967) relativas às reuniões da respetiva Comissão de Contacto de Relações Públicas (CCRP)<sup>469</sup>. Tendo traduzido as duas publicações, José Machado<sup>470</sup>(1968) divulgou, num artigo<sup>471</sup> para a revista *Correios e Telecomunicações*<sup>472</sup>, conhecimentos técnicos sobre as origens históricas das RP e, particularmente, sobre os seus fundamentos teóricos e as técnicas envolvidas.

<sup>469</sup> Criada em 1963, na reunião da CEPT em Munique (AGCTT, 1966), o seu propósito era promover a partilha de experiências de RP desenvolvidas pelas administrações postais dos vários países europeus.

<sup>470</sup> Em 1966 e 1967, José Machado era inspetor dos CTT, tendo sido o tradutor das brochuras referidas. Em 1968, foi autor de um artigo dedicado às RP (Machado, 1968), sendo chefe do Serviço de Exploração.

<sup>471</sup> José Machado apresentou como bibliografia de suporte a este artigo as atas da CEPT/CCRP e um livro de Sam Black (Black, 1966).

<sup>472</sup> Editada a partir de 1967 pela SPPCTT/SEP/SC.

Não obstante o exposto, e apesar de Machado (1967a) ter proposto a formação em RP pelos dirigentes médios da organização, no final dos anos 1960 os CTT ainda não possuíam um departamento de RP designado como tal (Machado, 1968). O autor notou, porém, que, nesse âmbito, não partiria “a nossa Administração do zero quando chegada for a altura de lhe dar existência legal” (p. 45) já que em administrações postais estrangeiras o departamento de RP tinha “sólidos alicerces em anteriores serviços que durante muitos anos funcionaram com os mais variados nomes, desde o de *Informação* ao de *Imprensa*” (*Id. ibid.*). Machado (1967b) estabelecera, aliás, anteriormente a relação da SPPCTT/SEP/SC com as RP. Referiu o mesmo que “a nossa Administração [...] é internacionalmente reconhecida, [...], como tendo exercido ação pioneira no campo das Relações Públicas” (Machado, 1967b: 4), tendo acrescentado que “não será talvez arrojada a afirmação de que os Serviços de Informações e Reclamações [...], e bem assim os ao tempo Serviços de Publicidade e Propaganda, ora Serviços de Edições e Propaganda, constituem a fase embrionária das nossas estruturas da modalidade” (*Id., ibid.*).

#### IV.4.3. Companhia Portuguesa Rádio Marconi

A Companhia Portuguesa Rádio Marconi (CPRM) foi fundada em 1925, tendo como origem a britânica Marconi's Wireless Telegraph Company Limited (MWTC), que deteve até 1966 o capital acionista maioritário da empresa portuguesa (Faria, 1994; 2000). O seu objeto social consistia em explorar em regime de concessão estatal exclusiva<sup>473</sup>, e por 40 anos, as comunicações internacionais efetuadas com recurso à radiotelegrafia (Rollo, 2009b).

Quanto às práticas do tipo-RP, a CPRM tê-las-á iniciado logo nos anos 1920 através da participação, com stands próprios, em certames profissionais<sup>474</sup>, da mediatização de eventos<sup>475</sup> e também da monitorização da imprensa, efetuada, inicialmente, através do recorte de notícias pela própria CPRM<sup>476</sup>.

A criação de um departamento do tipo-RP remonta à década de 1930, não obstante um eventual antecedente observável nos anos 1920<sup>477</sup>, período em que a CPRM foi atacada

<sup>473</sup> Outorgada em 1922, na sequência do contrato provisório que o Governo português firmara em 1912 com a MWTC, mas que não fora executado, tendo gerado uma polémica mediatizada com a Telefunken (Faria, 2000).

<sup>474</sup> Como a exposição de radiofonia, que decorreu em Lisboa, em 1929.

<sup>475</sup> Como a inauguração, em 1926, da central da CPRM e da ligação com Londres (“Pela T.S.F.”, 1926).

<sup>476</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/91//A1/0001, carta do subgerente da CPRM a Henry W. Allen, deputy's managing director da MWTC, datada de 19 de fevereiro de 1929.

<sup>477</sup> Em 1926, perante a necessidade de divulgar a abertura da subscrição para a emissão de ações ordinárias preferenciais, o Conselho de Administração da CPRM encarregou o administrador-delegado de “organizar o serviço de publicidade” (AHFPC/PT/FPT/CPRM/D/11/00035, acta n.º 26, de 1 de novembro de 1926, p. 1).

pela imprensa generalista<sup>478</sup> e operária<sup>479</sup>, recebeu “várias reclamações de clientes devidas ao mau serviço da distribuição de telegramas”<sup>480</sup> e sentiu ser “absolutamente indispensável [...] aumentar muito as receitas por meio de uma propaganda inteligentemente feita”<sup>481</sup> que contrariasse a efetuada pela Italcable<sup>482</sup>.

As primeiras referências à sua existência datam de 1931<sup>483</sup>, ano em que se encontra em funcionamento o Departamento de Propaganda, cuja atividade se manteve até 1937<sup>484</sup>. No ano seguinte, no quadro das mudanças ocorridas na administração da CPRM, resultantes de um braço de ferro com a AGCTT (Faria, 2000), deu-se uma reorganização nos serviços na companhia<sup>485</sup>. Nesse âmbito, e fruto da colaboração entre a CPRM e a The Eastern Telegraph Company (ETC)<sup>486</sup>, foram criados os Serviços de Informações, Reclamações e Propaganda (SIRP). O funcionamento desse “serviço comum”<sup>487</sup> a ambas as empresas, mas integrado na orgânica da CPRM, foi, em 1939, descrito nos seguintes termos:

[...] os Serviços de informações, reclamações e propaganda, montados de acordo com a Eastern e com pessoal das duas Companhias sob a dependência do Diretor da Exploração, estão dando os melhores resultados. Primeiro, procedeu-se à organização interna: arquivos, ficheiros, estatísticas, gráficos, etc.; os três propagandistas que anteriormente trabalhavam isoladamente ingressaram neste serviço e estão hoje intensificando o seu trabalho junto do público, já por terem elementos que lhes mostram os clientes a visitar, já por saberem o objetivo a atingir em cada caso.

<sup>478</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/D/11/00035, acta n.º 61 do Conselho de Administração (CA) da CPRM, de 8 de nov. de 1928. Segundo este documento, o administrador Alberto Álvaro Dias Pereira (1891-1984) desempenhou um papel importante em 1926 “quando a Companhia, atacada na imprensa, diligenciou e alcançou a prorrogação do prazo para a inauguração dos serviços radiotelegráficos” (p. 2). Liderados pelo *Diário de Notícias* (Faria, 2000), os ataques foram motivados pelos atrasos na conclusão da rede radiotelegráfica – cujo prazo fora definido pelo contrato de 1922 – e pela aludida prorrogação de prazo, obtida pela CPRM junto do Governo.

<sup>479</sup> *Id.*, acta n.º 68 do CA da CPRM, de 20 de março de 1929. Neste documento, o administrador-delegado da CPRM deu nota de que *A Acção, Quinzenário defensor da classe telégrafo-postal*, vinha “de há muito [...] sustentando uma campanha de descrédito contra a Companhia” (p. 2), tendo o CA decidido proceder judicialmente contra o jornal. Sobre este assunto, veja-se também a acta n.º 77, de 30 de outubro de 1929.

<sup>480</sup> *Id.*, acta n.º 32 do CA da CPRM, de 27 de janeiro de 1927, p. 1.

<sup>481</sup> *Id.*, acta n.º 42 do CA da CPRM, de 24 de outubro de 1927, pp. 1-2.

<sup>482</sup> A Italcable, Compagnia Italiana dei Cavi Telegrafici Sottomarini, iniciou a atividade em Portugal, em 1929.

<sup>483</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101/00005, carta do administrador-delegado da CPRM dirigida ao diretor da International Telegraph Companies Association, datada de 14 de novembro de 1931.

<sup>484</sup> *Id.*, carta do administrador delegado da CPRM dirigida ao gerente em Portugal da Italcable, datada de 21 de junho de 1937.

<sup>485</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/D/11/00035, acta n.º 159 do CA da CPRM, de 29 de novembro de 1938.

<sup>486</sup> Em 1929, a MWTC, a ETC e outras empresas associadas passaram a operar conjuntamente mediante a criação da *holding* Imperial and International Communications, Ltd. (Faria, 2000). Consequentemente, em Portugal, a CPRM e a ETC unificaram, por exemplo, os seus serviços de aceitação de telegramas.

<sup>487</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101, circular da CPRM e da ETC, datada de 1939.

O serviço de reclamações tem por seu lado permitido corrigir as deficiências que existiam. O serviço tem assim podido melhorar com a ação da propaganda, a qual conseguiu já, por exemplo, fazer desaparecer, se não totalmente, pelo menos em grande parte, o número de clientes que tinham anteriormente uma preferência marcada por esta ou aquela "via". É de notar que este melhoramento de serviços se conseguiu com menor número de empregados do que aquele que anteriormente se ocupava destes serviços, mas disperso<sup>488</sup>.

Embora os SIRP tivessem um propósito comercial, ligado à captação de novos clientes e ao aumento do fluxo de telegramas expedidos<sup>489</sup>, visando “esclarecer o público sobre tudo que lhe possa interessar na utilização dos serviços das duas Companhias”<sup>490</sup>, lidavam também com as reclamações dos utilizadores. Entre as iniciativas de tipo-RP desenvolvidas logo a partir dos anos 1930 contavam-se a emissão de circulares, o envio de cartões de boas festas<sup>491</sup> e as relações com a imprensa. Estas últimas incluíam a comunicação aos OCS de informações noticiosas<sup>492</sup>, a produção de desmentidos<sup>493</sup>, a promoção de visitas de jornalistas à estação de Alfragide<sup>494</sup> e a monitorização da imprensa, procedimento que foi, a partir de 1939<sup>495</sup>, e pelo menos até 1968, assegurado pela organização Recorte, cujos serviços se iniciaram precisamente em 1939 (cf. IV.3.3.). A CPRM recorreu também ao cinema, tendo encomendado uma reportagem alusiva ao seu 21.º aniversário e à inauguração de uma central telegráfica<sup>496</sup>. Produzia ainda, e distribuía, folhetos, tabelas de taxas, tabuletas e plaquetes. Para os trabalhadores, organizou, por ocasião do 20.º aniversário do início dos seus serviços, “um almoço de confraternização oferecido a todos os empregados”<sup>497</sup>, o qual foi replicado nas várias dependências da CPRM, incluindo as ilhas e as colónias. Ofereceu, igualmente, brindes aos empregados que completaram, em

---

<sup>488</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/D/11/00035, acta n.º 162 do CA da CPRM, de 28 de fevereiro de 1938, pp. 1-2.

<sup>489</sup> *Id.*, acta n.º 165 do CA da CPRM, de 18 de maio de 1939.

<sup>490</sup> *Id.*, acta n.º 166 do CA da CPRM, de 25 de maio de 1939, p. 2.

<sup>491</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101/0002, carta do gerente da ETC ao administrador-delegado da CPRM, datada de 17 de dezembro de 1940.

<sup>492</sup> Em 1939, os serviços de taxação e de informações e propaganda passaram a estar permanentemente abertos ao público. A CPRM comunicou a informação, por escrito, à imprensa (AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101/0002, carta da CPRM a diversos jornais, datada de 24 de novembro de 1939) e à rádio, tendo o *Diário de Lisboa*, por exemplo, publicado uma notícia a partir desse comunicado (“Companhia Rádio Marconi”, 1939).

<sup>493</sup> Em maio de 1939, a CPRM desmentiu uma notícia veiculada pelo *Diário de Notícias* e por *O Século*, cujo conteúdo entendeu afetar “o bom nome das comunicações radiotelegráficas estabelecidas por esta Companhia” (AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101, cartas da CPRM aos diretores do *Diário de Notícias* e de *O Século*, ambas datadas de 16 de maio de 1939).

<sup>494</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101, Minuta – Elementos de Propaganda, sem data (ca. 1948/1949), fl. 74.

<sup>495</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/12/0008, carta da empresa Recorte à CPRM, datada de 28 de abril de 1949.

<sup>496</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101-A2, carta da Cineradio à CPRM, datada de 15 de janeiro de 1948.

<sup>497</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/D/11/00034, acta n.º 268 do CA da CPRM, de 14 de dezembro de 1946, p. 1.

1946, 20 anos de serviço efetivo, e gratificou todos os funcionários com três meses de ordenado.

Ignorando-se qual a organização dos SIRP, em dezembro de 1942 o seu dirigente e os métodos adotados foram, contudo, colocados em causa por Alfredo da Cunha Lamas<sup>498</sup>, jornalista monárquico liberal (Fiadeiro, 2003). Ainda que não seja possível estabelecer um nexo de causalidade direto entre ambos os fenómenos, seis anos depois os SIRP foram reestruturados, defendendo-se que tal estrutura devia “ser superiormente orientada por pessoa com condições excepcionais de visão, alto espírito de iniciativa e inquebrantável vontade de bem servir”<sup>499</sup>. É nesse quadro que importa analisar a sucessão de dirigentes dos SIRP, organismo inicialmente chefiado por António da Silva Santos<sup>500</sup> (nasc. ca. 1902). Sucederam-lhe, nos anos 1940, A. C. Branco<sup>501</sup> e Carlos Gonçalves, este último, presumivelmente, a partir, precisamente, de 1948<sup>502</sup>.

Quanto ao termo ‘Relações Públicas’, a CPRM utilizou-o pela primeira vez em 1944, sob o designativo “Relações com o Público”<sup>503</sup>. Formalmente, porém, só em 1971 criou um departamento com a designação de RP, materializado no serviço de Informação, Divulgação e Relações Públicas. A sua organização e chefia<sup>504</sup> foram confiadas a José Fernando Ribeiro Antunes (1908-1985), chefe dos serviços de Distribuição e editor, desde 1959, da revista corporativa *Via Portucale*. É de notar que Ribeiro Antunes já nos anos 1940 se interessava “vivamente [pelos] assuntos da propaganda”<sup>505</sup>, tendo, em 1940, apresentado sugestões nesse sentido ao administrador-delegado da CPRM.

<sup>498</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101, carta dirigida ao presidente da CPRM, datada de 12 de dezembro de 1942. A. C. Lamas pretendeu expor “como deverá ser feita a propaganda desse Organismo” (fl. 29), afirmando ter “larga prática destes assuntos e alguma coisa tenho estudado sobre eles” (fl. 30). Com efeito, nos anos 1920 trabalhara com a sua futura mulher, Maria Lamas, na Agência Americana de Notícias (Fiadeiro, 2003), que, como referido (IV.2.1.), realizava publibreportagens. Quanto à CPRM, A. Lamas argumentou que “a propaganda feita simplesmente por circulares ou com visitas domiciliárias é imediatamente destruída [...], portanto não resulta mais do que despesa inútil” (fl. 29). Acrescentou mesmo que “em todos os organismos aparece sempre pessoa que sabe tudo e que afinal nada conhece. Tenho um receio imenso destes cavalheiros [...]. Suponho que por aí também haverá destes tais senhores que tudo sabem e nada conhecem...” (fl. 30).

<sup>499</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101, documento sem título, datado de 16 de dezembro de 1948, fl. 71.

<sup>500</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/A/101/00002, carta do chefe da secretaria da CPRM ao Comandante da Polícia Marítima do Porto de Lisboa, datada de 5 de junho de 1939.

<sup>501</sup> *Id.*, carta de A. C. Branco à Ford Lusitana, datada de 4 de outubro de 1940.

<sup>502</sup> *Id.*, memorando de 23 de janeiro de 1948.

<sup>503</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/D/11/00036, acta n.º 237 do CA da CPRM, de 28 de fevereiro de 1944/Relatório das Actividades da Companhia. Janeiro de 1944, p. 2.

<sup>504</sup> AHFPC/PT/FPT/CPRM/U/20/01021, documento intitulado “Breves apontamentos da minha atividade como Chefe das Relações Públicas (R.P.) da Marconi durante 2 anos e meio (Julho 71 a Dez. 73)”, datado de março de 1979, pp. 1-6.

<sup>505</sup> *Id.*, carta dirigida ao Eng.º Vaz Pinto, datada de 20 de julho de 1940, pp. 1-2.

## **PARTE IV**

### **ESTUDO DE CASO: THE ANGLO PORTUGUESE TELEPHONE COMPANY, LTD.**

## – CAPÍTULO V –

### A APT EM PORTUGAL E O CONTEXTO PARA AS RELAÇÕES PÚBLICAS

**A** The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd. (APT) terá sido – como é comprovado por um conjunto abrangente de factos que expomos no Capítulo VI – a empresa pioneira na prática e na conceptualização das RP em Portugal, e também na utilização do termo ‘Relações Públicas’, o que fez durante o período em análise.

Neste capítulo, pretendemos alcançar dois objetivos. Primeiro, caracterizar a progressão histórica da APT ao longo dos seus cerca de 80 anos de atividade monopolista em Portugal (1887-1967), salientando os principais desenvolvimentos ocorridos ao nível societário, contratual, tecnológico, comercial, laboral e social. Seguidamente, e mais importante, definir – na sequência do enquadramento teórico exposto no Capítulo III e do ambiente político, económico, social e mediático traçado no Capítulo IV – o contexto exógeno e endógeno que terá contribuído para que a Companhia dos Telefones tenha, no quadro do tecido empresarial português e durante a primeira metade do século XX, assumido o aludido pioneirismo nas RP. Nesse âmbito, interessa-nos, concretamente, responder a duas questões: Porquê a APT? Porquê, especificamente, no período em análise?

#### V.1. BREVE HISTORIAL DA APT

A atividade da APT em Portugal ficou, tal como delineado por Ferreira (1967), marcada por três períodos distintos e delimitáveis cronologicamente. Atendendo a que tal periodização parece representar adequadamente a progressão histórica da APT, decidimos adotá-la, utilizando a mesma nomenclatura, o que facilita um necessário esforço de síntese.

##### V.1.1. Introdução e adaptação (1882-1902)

Em setembro de 1881, cinco anos após a invenção do telefone por Alexander Graham Bell (1847-1922), o Governo português publicou as condições regulamentares do concurso internacional que montou para a concessão da exploração das redes telefónicas de Lisboa e

do Porto<sup>506</sup>. A companhia inglesa Edison Gower Bell Telephone Company of Europe (EGBTCE)<sup>507</sup> foi a única entidade a formalizar proposta, tendo obtido a concessão em dezembro de 1881. Assinou contrato com o Governo português em janeiro do ano seguinte, o que lhe assegurou o exclusivo da exploração do serviço telefónico durante 20 anos.

A rede telefónica de Lisboa foi oficialmente inaugurada em abril de 1882, seguindo-se a do Porto, em julho do mesmo ano (Rollo, 2009b), utilizando-se o sistema magneto. Também em 1882, o serviço telefónico passou a funcionar 24 horas por dia e foram publicadas as primeiras listas telefónicas das duas cidades. No ano seguinte, começaram a funcionar em Lisboa os primeiros locutórios – como se designavam então as cabinas públicas –, remontando os do Porto a 1885 (“A evolução das cabines”, 1937). O telefone era então um serviço acessível a “apenas meia dúzia de pessoas, e dois ou três grandes estabelecimentos comerciais ou empresas estrangeiras” (“A evolução”, 1937: 7).

A EGBTCE teve, porém, uma existência breve em Portugal. Em abril de 1887 a empresa decidiu trespassar o negócio telefónico a uma companhia autónoma especificamente constituída com tal propósito (Santos, 1992), tendo transferido a concessão para a APT, estabelecida em Londres em junho desse ano (Rollo, 2009b). A autorização processual foi dada em agosto pelo Governo português, que logo em setembro firmou com a APT um contrato de concessão válido por 15 anos (APT, 1934).

Organicamente, a APT possuía dois conselhos de administração, um sediado em Londres e outro a operar em Lisboa, sendo este último integrado pelos condes de Gouveia e de Lumiares, e por José Barbosa Collen, Eduardo Ferreira Pinto Basto e Jorge O’Neill (Santos, 1992). Operacionalmente, a APT debateu-se nos primeiros anos de exploração com a necessidade de “vencer a desconfiança do público” (Ferreira, 1967: 13) e também com um cenário de conflitualidade com a Câmara Municipal de Lisboa, que logo em 1888 exigiu o pagamento de uma contribuição pelos fios telefónicos instalados nas vias públicas (Rollo, 2009b). A companhia beneficiou, contudo, do facto do rei D. Luís I (1838-1889) ter sido um dos primeiros monarcas europeus a dispor de telefone ligado à rede pública e de ser um “entusiasta do telefone” (Santos, 1992: 15). Assim, no final do primeiro contrato, que foi renovado em 1901, e não obstante as insuficiências logísticas na obtenção de equipamentos e as dificuldades financeiras, a APT contabilizava mais de 2500 subscritores (APT, 1955).

---

<sup>506</sup> Tal como Santos (1992) notou, nesse mesmo ano, em fevereiro, o Governo português tinha publicado no *Diário do Governo* as condições concursais, tendo, no entanto, considerado que nenhuma das propostas recebidas oferecia condições financeiras adequadas a tal empreendimento.

<sup>507</sup> Sediada em Londres, esta empresa representava as patentes telefónicas de Thomas Edison na Europa continental, tendo sido a primeira companhia de telefones a operar em Portugal (Rollo, 2009b).

### V.1.2. Sistema de bateria central (1903-1930)

Tecnologicamente, o segundo período da história da APT caracterizou-se pelas inovações introduzidas no serviço telefónico<sup>508</sup>, balizadas entre a inauguração, em 1903, da primeira estação telefónica de bateria central (Ferreira, 1967), localizada em Lisboa<sup>509</sup>, e a inauguração, em 1930, da primeira estação automática. Definiu-se, igualmente, pela expansão da rede e pelos investimentos realizados na mesma – de que foram exemplo o estabelecimento da primeira ligação telefónica entre Lisboa e Porto, em 1904, a construção de centrais nas periferias de Lisboa<sup>510</sup> e do Porto e a inauguração, em 1925, da Estação da Trindade<sup>511</sup> –, e pela realização, em 1928, da primeira ligação telefónica internacional, mediante a conexão de Lisboa e Madrid. Nesse mesmo ano, os subscritores da APT passam também a poder telefonar para Inglaterra e, posteriormente, para outros países europeus. Dois anos antes, em 1926, tinham sido criados novos serviços, nomeadamente os telegramas telefonados e a instalação de telefones a bordo de navios de passagem pelo porto de Lisboa (Santos, 1999).

Ao nível comercial e operacional, a APT registou um maior crescimento no número de novos assinantes<sup>512</sup>, não obstante o preço elevado do serviço<sup>513</sup>. A eclosão da Primeira Guerra Mundial teve, contudo, um impacto indelével nos serviços prestados pela Companhia e até na sua imagem pública. De facto, a dificuldade em importar equipamento de rede e aparelhos<sup>514</sup> a partir de Inglaterra, associada à ausência de pessoal, por algum dele ter sido mobilizado para o serviço militar<sup>515</sup>, levou a que em 1915 e 1916 o período de instalação de

<sup>508</sup> Santos (1992) nota entre as inovações a substituição dos telefones magnéticos pelos do tipo BC – realçando que “a introdução de uma tecnologia usando alimentação na própria central telefónica [...] trouxe melhorias ao serviço. A dispensa do magneto e a introdução de dois fios telefónicos por linha, acabando com o cruzamento de conversas [...], foram passos dados no sentido da automatização do serviço” (p. 85) – e também a modernização “quer a nível de comutação, quer a nível de transmissão: novos comutadores, telefones ligados por dois fios em vez de circuito simples, substituição das linhas aéreas por cabos subterrâneos” (p. 49).

<sup>509</sup> A funcionar na Rua da Conceição, em Lisboa. No Porto, a primeira central com sistema de bateria central foi a da Picaria, em 1925 (Santos, 1999).

<sup>510</sup> De que foi exemplo a Estação Norte, em Lisboa. Inaugurada oficialmente em janeiro de 1915, tinha capacidade para servir 10 000 assinantes (APT, 1934) e foi a primeira a ser montada num edifício construído de raiz para o serviço telefónico (Santos, 1992).

<sup>511</sup> Para o efeito, a APT adquirira em 1920 os edifícios do antigo teatro e salão da Trindade.

<sup>512</sup> Em 1910 a APT tinha cerca de 5000 assinantes e em 1914 já servia mais de 8 000 (Rollo, 2009b).

<sup>513</sup> Rollo (2009b) nota como em 1910 uma conversação urbana de 5 minutos custava dez vezes mais do que um jornal diário.

<sup>514</sup> Rollo (2009b) refere a dificuldade em importar “telefones de mesa, auscultadores, fio e cabo” (p. 132).

<sup>515</sup> Sobre esta questão, escreveu *O Século* em 1919, informando que “a mobilização levou os melhores mecânicos para o exército, não conseguindo a Companhia, apesar dos seus esforços, demover o ministério da

telefones fosse de mais de dois e de três meses<sup>516</sup>. Impossibilitada de responder à procura, a APT viu-se em 1917 obrigada a solicitar à AGCT autorização para não aceitar novos contratos<sup>517</sup> até dispor do material necessário para os satisfazer<sup>518</sup>. Em consequência, surgiram as impopulares listas de espera, que cresciam de ano para ano, situando-se em cerca de 1000 e de 2000, respetivamente, os pedidos não satisfeitos em 1918 e em 1920<sup>519</sup>, um “valor elevado atendendo a que a APT possuía 14 000 aparelhos em atividade” (Santos, 1999: 82). Devido à escassez de material, em 1917 a Companhia passou a exigir indemnizações aos clientes que danificassem os equipamentos instalados nas suas residências (Santos, 1992), o que despoletou também a insatisfação.

As perturbações económicas induzidas pela Primeira Guerra Mundial, com a inflação crescente, impactaram, por seu lado, as tarifas telefónicas, causando o seu agravamento periódico pois “o Governo reconheceu a necessidade de dar à Companhia os meios económicos favoráveis para a sua exploração” (Ferreira, 1967: 15) e procurou compensá-la dos aumentos salariais que concedeu aos funcionários por via de várias greves laborais. Consequentemente, entre 1918 e 1923 registaram-se seis aumentos tarifários<sup>520</sup>, os quais chegaram, em 1921, a representar um agravamento de 500%<sup>521</sup> relativamente ao tarifário de 1914. Em 1923, ascendia já a “1900% o aumento autorizado sobre as tarifas iniciais das Casas Comerciais que já tinham telefone”<sup>522</sup>. Tais aumentos, justificados pela APT com a desvalorização do escudo face à libra, a modernização dos serviços e os já referidos aumentos salariais dos trabalhadores, acarretaram “prejuízos incalculáveis para a imagem empresarial [da APT]” (Santos, 1992: 60), que se viu confrontada com “o descontentamento popular” (*Id, ibid.*) e com a crítica dos jornais, que se referiam “ao telefone como um privilégio de elevado preço” (*Id., ibid.*).

---

guerra para prescindir deles em proveito do serviço público” (“Ouça o público”, 1919: 2). Veja-se também “António” (1937) e Pagani (1938).

<sup>516</sup> AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de Bernardo Villa Nova, referente ao ano de 1915, de 24 de junho de 1916, p. 22; *Id.*, relatório de Bernardo Villa Nova, referente ao ano de 1916, de 28 de junho de 1917, p. 18.

<sup>517</sup> Ao abrigo do Art.º 17.º do contrato de 1901 (cf. explicitamos em V.2.1.), a APT estava obrigada a aceitar todos os pedidos de novos contratos.

<sup>518</sup> AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de Bernardo Villa Nova, referente ao ano de 1917, de 27 de junho de 1918, p. 1.

<sup>519</sup> AHFPC, A001092, *Revisões das Tarifas da APT efetuadas de 1918 a 1924*, carta do diretor delegado da APT ao Administrador Geral dos Correios e Telégrafos, de 17 de maio de 1920.

<sup>520</sup> *Id.*, informação de M. Santos Silva, engenheiro dos CTT, de 16 de julho de 1955, fls. 1-4.

<sup>521</sup> AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1921, de 30 de setembro de 1922, p. 3.

<sup>522</sup> *Id.*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1923, de 25 de setembro de 1924, p. 1.

Findo o conflito bélico a APT, fruto da elevação do seu capital social, pôde retomar os investimentos no serviço telefónico, visando “essencialmente, pôr cobro às críticas que diariamente lhe são dirigidas” (Rollo, 2009b: 187), tendo inaugurado, em 1925, a central da Trindade, em Lisboa, e em 1927 a da Picaria, no Porto. Em 1926, o número de telefones em Lisboa quadruplicou relativamente a 1910, tendo passado de 3500 aparelhos para cerca de 14 800 (Rollo, 2009b). Contribuiu para tal, o facto de o esforço comercial ter sido auxiliado a partir de 1928 pela montagem de stands da APT em feiras e mostras de âmbito variado (“Como a APT coopera”, 1937; Santos, 1992).

Em 1924, ao fim de cinco anos de negociações (APT, 1919), a APT conseguiu obter do Governo português a adoção do regime de tarifação por chamada para substituir o regime de taxa fixa<sup>523</sup> – também designados, respetivamente, por tarifas proporcionais<sup>524</sup> e tarifas planas e (Confraria, 2004) –, mas o mesmo foi anulado 17 dias depois, no seio de uma intensa polémica mediática (cf. VI.3.1.).

O novo regime foi definitivamente adotado em 1928, mas apenas para os novos subscritores (Ferreira, 1967), tendo ambos os sistemas tarifários convivido até 1937. Já sob o regime da Ditadura Militar, a APT conseguiu obter a renovação da concessão por 40 anos, tendo firmado um novo contrato em 1928 (cf. V.2.1). As negociações foram conduzidas por Sir Alexander Roger<sup>525</sup> (1878-1961), que em maio de 1927 assumira a presidência de conselho de administração da APT em Londres (Santos, 1992), tendo trazido “consigo os valiosos recursos e a experiência do grande agrupamento de indústrias especializadas na manufatura de equipamento essencial para o desenvolvimento das redes da Companhia” (APT, 1967: 15). No âmbito financeiro, foi através dos fundos do Telephone and General Trust, igualmente dirigido por Alexander Roger, que a APT aumentou o seu capital social entre as décadas de 1920 e de 1930 e que obteve o crédito para os investimentos realizados de 1928 a 1958 (Rollo, 2009b).

Laboralmente, este segundo período ficou marcado pela ocorrência das primeiras greves nas telecomunicações, iniciadas logo em 1910. Socialmente, em 1923 foram criados consultórios médicos privativos na Companhia (Santos, 1992). Ao nível educativo, a APT iniciou em 1910, em Lisboa, a Escola das Telefonistas (Trigueiros, 1938) e em 1927 criou a Secção de Instrução, através da qual foram ministrados cursos e editados vários folhetos técnicos destinados aos funcionários (Cunha, 1937).

---

<sup>523</sup> Consubstanciado no pagamento de uma tarifa fixa anual, ou assinatura, independente do volume de chamadas.

<sup>524</sup> Também referido como sistema de *measured rate*.

<sup>525</sup> Sobre Sir Alexander Roger, que foi também diretor da Lisbon Electric Tramways, (“Sir Alexander Roger”, 1951), veja-se Ferreira (1967).

### V.1.3 – Sistema automático (1930-1967)

O terceiro período no desenvolvimento da APT decorreu sob o signo da automatização das redes telefónicas, processo que, ainda que com atraso face ao estrangeiro (Rollo, 2009b), se iniciou com a inauguração, em 1930, da Central Automática da Trindade, tendo ficado concluído nos anos 1950. Caracterizou-se pela introdução de diversas inovações tecnológicas e operacionais. Neste último domínio, registem-se a inauguração das primeiras sucursais da APT<sup>526</sup> – abertas Rossio, em Lisboa (em 1931), e na Praça da Liberdade, no Porto (1933) – e a disponibilização de novos serviços telefónicos, nomeadamente a transmissão de “desafios de futebol, concertos e festas para programas radiofónicos em direto” (Santos, 1999: 89), iniciadas em 1936, e o Serviço Informativo Telefónico (“Os serviços”, 1937), o Despertar e a Hora Exata, todos lançados em 1937 (Santos, 1992).

O sistema misto de tarifas, iniciado em 1928, chegou ao fim em 1937 com a introdução definitiva do regime de cobrança por chamadas, o que despertou a oposição da Associação Comercial de Lisboa (ACL), que advogava a manutenção do *status quo*. O novo sistema foi suportado pelos contadores de chamadas, o que “gerou múltiplas reações de desconfiança” (Rollo, 2009b: 215) tanto pelos utilizadores – que reclamavam amiúde da cobrança de chamadas não realizadas – como pelos deputados, questão de que nos ocuparemos adiante. Com vista à atualização das tarifas definidas pelo contrato de 1928, a APT iniciou, em 1945, negociações com o Governo, invocando como motivação “o agravamento desmedido do custo do material após a guerra, o aumento de encargos devido à subida de salários, ordenados e novas regalias sociais dos empregados” (APT, 1967: 17). A finalizar um processo demorado e conturbado (cf. V.2.2.), o contrato foi revisto em 1950.

Comercialmente, assistiu-se ao investimento numa intensa propaganda do serviço telefónico, consubstanciada numa “verdadeira campanha de «caça ao assinante»” (Rollo, 2009b: 233) realizada “por todos os meios – livros, panfletos, artigos, exposições, anúncios, concursos” (Ferreira, 1967: 16), incluindo também cartazes, desenhados por Carlos Botelho e por Cunha Barros (“Os cartazes”, 1938), e utilização das montras dos edifícios da APT. Consequentemente, o número de assinantes residenciais quadruplicou globalmente entre 1920 e 1935 e mais do que duplicou no caso dos subscritores comerciais (Rollo, 2009b). A APT ocupou-se igualmente de uma propaganda educativa – nomeadamente para a instrução do público para a utilização dos telefones automáticos – e defensiva, o que foi visível na necessidade de contrariar a opinião dos subscritores de que os contadores de chamadas não eram fiáveis (“O contador de chamadas”, 1937). A divulgação e

---

<sup>526</sup> Nas sucursais da APT, “para além do serviço telefónico em si, [...] [podiam] ser resolvidos problemas de expediente, como novos contratos, pagamento de instalações, mudanças e informações” (Santos, 1992: 91).

popularização do telefone, assim como a automatização da rede<sup>527</sup>, foram, todavia, travadas pela eclosão da Segunda Guerra Mundial, que impôs dificuldades na importação de material telefónico e conduziu, a partir de 1941, ao surgimento de novas listas de espera para a instalação de equipamentos. Seguiu-se no pós-guerra um novo período de grande crescimento do serviço, motivado pelo desenvolvimento urbanístico de Lisboa, com a construção de novos bairros residenciais de grande densidade populacional. Consequentemente, entre 1945 e 1953 a APT captou cerca de 6000 novos assinantes por ano, instalando em 1950 o telefone 100 mil (Santos, 1999). Mantiveram-se, contudo, as listas de espera, que em 1948 atingiam 15 000 pedidos (Santos, 1992).

Laboralmente, não obstante a automatização das telecomunicações ter conduzido, gradualmente, à dispensa das telefonistas, substituídas pelo seletor mecânico (“De 1882 a 1930”, 1930), este período correspondeu a um período de tranquilidade, só se tendo registado uma greve em 1942. No ano seguinte, a APT publicou um regulamento geral do pessoal (APT, 1943b). Socialmente, foi instituída em 1934 a Caixa de Pensões<sup>528</sup> (Ferreira, 1937) – substituída em 1943 pela Caixa de Previdência do Pessoal da Companhia dos Telefones (APT, 1943a) – e em 1938 a Companhia desenvolveu uma campanha anti tuberculose junto dos seus trabalhadores (“Acção social”, 1938).

Em 31 de dezembro de 1967, a APT findou a atividade em Portugal<sup>529</sup> devido à decisão do Governo ter transferido a concessão para o Estado português<sup>530</sup> (Ferreira, 1967). Substituiu-a a empresa pública Telefones de Lisboa e Porto (TLP), que a partir de 1 de janeiro de 1968 passou a gerir o serviço na área anteriormente concessionada<sup>531</sup>. Em 1994, por fusão dos TLP com a Teledifusora de Portugal (TDP) e com a Telecom Portugal (TP), foi criado um operador nacional de telecomunicações denominado Portugal Telecom (PT).

## V.2. CONTEXTO PARA AS RELAÇÕES PÚBLICAS

O desenvolvimento de práticas de RP por parte da APT durante o período em análise terá sido pressionado por diversos fatores, sendo possível isolar oito: 1) natureza dos contratos com o Estado português; 2) ambiente político e regulatório; 3) ambiente laboral; 4) ambiente social; 5) ambiente operacional e comercial; 6) ambiente mediático; 7) cultura empresarial; 8) ameaça de concorrência.

---

<sup>527</sup> Que só veio a ser terminada nos anos 1950, primeiro nas zonas urbanas de Lisboa (1955) e do Porto (1958) e depois nas zonas extraurbanas.

<sup>528</sup> Sucessora da Lutuosa dos empregados da APT, fundada em 1922 (Silva, 1958).

<sup>529</sup> Em Inglaterra a APT só foi extinta em 1977.

<sup>530</sup> Decreto-Lei n.º 46:033 de 14 de novembro de 1964, do Ministério das Comunicações.

<sup>531</sup> Decreto-Lei n.º 48:007 de 26 de outubro de 1967, do Ministério das Finanças e das Comunicações.

### V.2.1. Enquadramento contratual

Um dos fenómenos que terá pressionado a APT para a prática das RP foram os contratos de concessão que a empresa e o Governo português firmaram entre 1887 e 1928<sup>532</sup>, dos quais resultou uma existência monopolista, mas a prazo, da companhia em Portugal, bem como vários mecanismos de regulação e de sancionamento da sua atividade.

Tal tornou-se evidente desde logo no contrato assinado, com carácter provisório, em setembro de 1887, através do qual a companhia viu acrescentados 15 anos ao período de 20 anos inicialmente contratualizado em 1882 com a EGBTCE. Nesse documento ficou não só expresso que a referida concessão tinha um termo, findando em 1917, mas também que o Governo se reservava o direito de concessionar as redes telefónicas, nomeadamente em Lisboa e no Porto, a outras empresas – o que consubstanciou uma alteração ao contrato de 1882 – e que findo o prazo da concessão o material da APT revertia para o Estado (Ferreira, 1967)<sup>533</sup>. Introduziu-se também a figura do fiscal do Governo junto da companhia<sup>534</sup>.

Da natureza provisória do referido contrato, do seu clausulado e também do facto da renovação daquele ter sido aprovada por decreto, mas não submetida à aprovação do Parlamento (Ferreira, 1967), se infere que a posição contratual da APT era frágil, razão pela qual é expectável que a companhia procurasse desenvolver boas relações com o Governo e com os clientes. Essa necessidade é comprovada pelo texto da proposta de Lei<sup>535</sup> que em abril de 1901 transformou em definitivo um novo contrato estabelecido provisoriamente em 15 de abril do mesmo ano, o qual passou a vigorar até 1936, tendo inscrito “a modernidade do serviço telefónico nacional” (Santos, 1992: 40). Com efeito, a apreciação que o Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria fez nesse diploma relativamente à atuação da APT era visivelmente negativa, denunciando o atraso tecnológico e a obsolescência do serviço telefónico. Mais relevante ainda, é o facto de tal Proposta de Lei revelar o desejo do Governo chamar a si a exploração do serviço telefónico<sup>536</sup>, o que permite concluir que a APT teria bem presente tal ameaça e que a mesma poderia concretizar-se caso os contextos

---

<sup>532</sup> Houve um total de oito contratos, três dos quais foram basais (1887, 1901 e 1928) e cinco (1934, 1936, 1940, 1950, 1964) refletiram modificações adicionais ao contrato de 1928 (APT, 1951; Ferreira, 1967).

<sup>533</sup> A posição da APT ficava salvaguardada em caso de o Estado atribuir concessões concorrentes pois o contrato estabelecia que se a companhia desistisse da exploração os novos concessionários eram obrigados a adquirir-lhe “todo o seu material pelo preço do seu custo, acrescido o bônus de 5 por cento” (Ferreira, 1967: 50).

<sup>534</sup> Entre 1887 e 1937 houve sete fiscais do Governo junto da APT (F., 1937), desconhecendo-se os seguintes.

<sup>535</sup> Proposta de Lei N.º 45 B, *Diário do Governo*, n.º 89, de 23 de abril de 1901, pp. 1083-1086.

<sup>536</sup> Veja-se a seguinte passagem: “bem sabe o Governo que é certo e seguro o lucro das explorações telefónicas, e que mais conviria ao Estado, se as circunstâncias financeiras o permitissem, tomar a seu cargo exclusivamente essa exploração. Não é, porém, a ocasião oportuna para este novo empreendimento antes tudo aconselha que ele seja adiado até que a melhoria das finanças públicas permita tentá-lo desafogadamente” (*Id.*, p. 1083).

político e financeiro fossem propícios. Face à incapacidade de impor tal solução, o contrato definitivo, de 1901, não só reiterou a concessão “sem privilégio exclusivo” (APT, 1915: 5) – reclamando para o Governo “o direito de estabelecer e explorar, por conta do Estado, em Lisboa e Porto, outras redes telefônicas públicas ou especiais para seu serviço sem indemnizar a Companhia” (*Id.*, p. 6) – como limitou o âmbito do serviço prestado pela APT tanto a nível comercial como geográfico<sup>537</sup>. Muito significativamente, implicou também uma maior regulação governamental da atividade da APT a vários níveis<sup>538</sup>, sujeitou os eventuais incumprimentos a medidas sancionatórias<sup>539</sup> e previu a rescisão da concessão “quando por parte da Companhia deixe de ser cumprida qualquer das suas cláusulas ou prescrições [contrato]” (APT, 1915: 17). O contrato em apreço obrigou ainda a APT a iniciar no prazo de seis meses a renovação das redes telefônicas de Lisboa e do Porto, com a substituição das centrais e a conclusão dos trabalhos no prazo de três anos, investimento garantido pela prestação de um depósito bancário, o qual seria perdido em benefício do Estado em caso de incumprimento.

A partir de 1926, o contrato foi renegociado por iniciativa da APT, que argumentou junto do Governo que a crescente procura de serviços telefônicos, com a conseqüente necessidade de automatização das redes e de construção de novas centrais, implicava investimentos que não eram passíveis de recuperar no decénio que faltava para cumprir a

---

<sup>537</sup> Mediante o contrato de 1901, ficou vedada à APT a prestação de “serviços de transmissão da hora, de comunicação de notícias da Bolsa e outras por aparelhos especiais [...] e quaisquer outros sistemas de comunicação atuais ou que venham a ser inventados e que sejam monopólio do Estado” (APT, 1915: 6). Geograficamente, foi retirada da concessão a cidade de Setúbal.

<sup>538</sup> Tecnicamente, estabeleceu obrigações quanto à qualidade do equipamento telefónico a instalar, sujeitando à aprovação prévia, através da Direção Geral dos Correios e Telégrafos, os sistemas técnicos e de construção empregues – podendo mesmo determiná-los – e os seus regulamentos de serviço. Operacionalmente, determinou a aprovação pelo Governo das tarifas de subscrição das redes públicas e de estabelecimento e conservação das linhas particulares e outorgou-lhe a possibilidade de determinar “a suspensão temporária, total ou parcial, de qualquer serviço a cargo da Companhia [...] sem que a Companhia tenha direito a indemnização alguma” (APT, 1915: 14), mas vedou à APT a possibilidade de suspender o serviço prestado sem autorização governamental prévia. De igual forma, obrigou a APT a satisfazer todos os pedidos de instalação do serviço, a aceitar todos os subscritores de redes públicas e manteve a obrigatoriedade da APT entregar anualmente ao Estado 3% da sua receita bruta. Administrativamente, impôs a obrigatoriedade de a APT manter em Lisboa um representante “com o qual exclusivamente o Governo possa estar em relação e que seja responsável, em nome da Companhia, por todos os atos que esta praticar ou autorizar” (APT, 1915: 16), e de empregar “quanto possível [...] empregados de nacionalidade portuguesa” (*Id.*, *ibid.*).

<sup>539</sup> O Governo assegurou o direito de “ordenar que nas instalações da Companhia se façam as modificações que forem necessárias para satisfazer as necessidades do serviço e cumprir as prescrições [...] impostas pelo Governo nos termos desse contrato” (APT, 1915: 17), definiu multas para sancionar as infrações contratuais e previu a rescisão da concessão “quando por parte da Companhia deixe de ser cumprida qualquer das [...] cláusulas ou prescrições exceto nos casos de força maior devidamente comprovados e reconhecidos pelo Governo” (*Id.*, *ibid.*).

data de conclusão estipulada pelo contrato de 1901. Assim, o contrato assinado em 1928<sup>540</sup> renovou a concessão por um período de 40 anos<sup>541</sup>, incluindo os 10 que ainda restavam cumprir. Mantendo várias cláusulas do anterior, foi portador de novas obrigações. Entre as primeiras, destaque-se a melhoria da posição da empresa face a uma eventual concessão concorrente decidida pelo Governo, cenário em que a APT passou a dispor da obrigatoriedade dos novos concessionários lhe adquirirem “todo o seu material pelo valor que tiver nessa ocasião” (APT, 1928: 7).

Quanto às obrigações, o Governo reclamou e consagrou contratualmente a prerrogativa de aprovar o representante da APT em Lisboa – para o que nomeou como parceiro a AGCT –, determinou que a companhia mantivesse “na sua sede em Lisboa uma escrita comercial completa e clara devidamente arrumada e em dia” (*Id.*, p. 11), sujeitou-a ao compromisso de “que um mínimo de 90 por cento dos seus empregados no serviço de exploração seja de nacionalidade portuguesa, devendo o pessoal superior até 50 por cento ser também desta nacionalidade” (*Id.*, p. 13), e aumentou a percentagem cobrada pelo Governo, que passou a ser plafonada em função das receitas obtidas pelo concessionário.

#### V.2.2. Ambiente político e regulatório

Não obstante a APT ter tido como administradores figuras relevantes do mundo da política (Santos, 1992), a sua concessão e os sucessivos contratos que firmou com o Governo foram, durante o período em análise, criticados e questionados por um conjunto de intervenções e de propostas de lei apresentadas na Câmara dos Deputados (CD), no Senado e na Assembleia Nacional (AN), e também em sede do Conselho Superior de Comércio (CSC) e pela AGCT/AGCTT. Tais intervenções ameaçaram a continuidade da atividade da APT em Portugal já que pugnaram por uma maior regulação governamental e defenderam a cooperativização do serviço telefónico em Lisboa e no Porto ou a sua expropriação e conseqüente exploração direta por parte do Estado português.

A nível parlamentar, contabilizaram-se, durante o período em análise (Anexo Q), 34 intervenções sobre a APT, a maior parte delas ocorridas durante a Primeira República (68%), tendo diminuído durante o Estado Novo (32%). Por décadas, as que registaram maior e menor frequência de intervenções neste âmbito foram, respetivamente, as de 1920 (38%) e 1940 (6%).

---

<sup>540</sup> Cf. Decreto n.º 14:857, do Ministério das Comunicações, de 3 de janeiro de 1928, que autorizou o Governo a negociar um novo contrato com a APT, estabelecendo as respetivas bases.

<sup>541</sup> Em 1934, 1936 e 1940 foram-lhe introduzidas alterações, abrangendo apenas quatro artigos (APT, 1955). Sobre as referidas alterações, vejam-se AGCTT (1940) e Companhia dos Telefones (1936).

Realizadas por iniciativa de 19 parlamentares diferentes, as 34 intervenções tiveram como principais protagonistas João Carlos Costa (33% das intervenções no Senado), Manuel José da Silva e Paulo Cancela de Abreu (responsáveis, em partes iguais, por 50% das intervenções na CD), e José Teodoro dos Santos Formosinho Sanches (72% das intervenções na AN). O tom adotado nas 34 intervenções foi predominantemente negativo (62%), tendo a maioria das intervenções negativas sido proferidas nos anos 1920 (48%), diminuindo a partir da década de 1930 (29%) e sendo residuais nos anos 1940 (5%).

As referências à APT em sede da CD ter-se-ão iniciado logo em 1911, data em que o deputado Manuel José da Silva apresentou uma nota de interpelação ao Ministro do Fomento, visando o serviço telefónico<sup>542</sup>. Esse mesmo deputado redigiu um projeto de lei tendente à substituição da APT por cooperativas de comerciantes, cujos contornos expôs em sessão realizada em fevereiro de 1912<sup>543</sup>.

Cerca de dois anos depois, o senador José de Pádua, dirigindo-se ao Ministro do Fomento, caracterizou a APT como sendo “um verdadeiro Estado dentro do Estado, usufruindo privilégios e garantias, que em nenhum outropaís lhe seriam concedidas, e servindo pessimamente o público”<sup>544</sup>. Consequentemente, defendeu ser “necessário e urgente passar para o Estado o serviço dos telefones, lógico complemento dos telégrafos e correios, e que nunca deveria encontrar-se em mãos de estrangeiros”<sup>545</sup>. À posição de José de Pádua não foi alheia a sua relação com a APT, tendo o senador afirmado que “faço todas estas reclamações perante V. Exa. por serem inúteis as reclamações à Companhia. Já uma vez fui tão indelicadamente recebido por um diretor inglês, que resolvi não mais lá voltar”<sup>546</sup>. Em fevereiro de 1919, o senador Severiano José da Silva (1865-1937) solicitou ao Senado que fosse transmitido ao Ministro do Comércio a possibilidade legal de estabelecer uma linha concorrente à da APT em Lisboa e no Porto, tendo o senador Adões Bermudes (1864-1948) defendido a municipalização do serviço telefónico de Lisboa<sup>547</sup>. Nesse mesmo mês foi ainda recolocada, através do deputado Adelino Mendes, a questão da expropriação:

O material é péssimo e o pessoal ainda é pior. De forma que, de duas uma: ou o Estado toma conta dos serviços dos telefones da cidade de Lisboa, expropriando a Companhia e cassando-lhe o privilégio que ela desfruta, [...] ou deixa que esse serviço público continue assim, e,

<sup>542</sup> *Diário da Câmara dos Deputados*, Sessão n.º 5, de 7 de dezembro de 1911, p. 16.

<sup>543</sup> *Id.*, Sessão n.º 58, de 26 de fevereiro de 1912, p. 7.

<sup>544</sup> *Diário do Senado*, Sessão n.º 77, de 21 de abril de 1914, p. 7.

<sup>545</sup> *Id.*, *ibid.* Em resposta, o Ministro do Fomento, declarou que “o remédio está na revisão do contrato, se é que nisso está, porque se há serviços que melhoram passando para o Estado, outros há que pioram” (*Id.*, p. 8) e que “todavia, enquanto essa revisão se não faz, pedirei ao comissário do Governo junto da Companhia que tome as suas providências sobre o que for irregular (*Id.*, *ibid.*).

<sup>546</sup> *Id.*, *Ibid.*

<sup>547</sup> *Diário do Senado*, Sessão n.º 18, de 5 de fevereiro de 1919, p. 3.

então, o melhor que há a fazer é supor que não temos telefones. Acaba-se com esse equívoco, e nós podemos recorrer ao telefone do fio de guita de que os namorados se servem para falar da água furtada para o rés-do-chão.

Por isso, Sr. Presidente, eu peço a V. Exa. o favor de transmitir ao Governo as considerações que acabo de fazer, para que este estado de coisas termine<sup>548</sup>.

Foi, porventura, a pressão parlamentar que levou o Ministro do Comércio a ponderar, em novembro de 1919, o estabelecimento de uma rede telefónica de âmbito estatal. Assim o noticiou, pelo menos, o *Diário de Notícias*<sup>549</sup>. Dois anos depois, o senador Ernesto Júlio Navarro, “desejando interpelar, em breve, o Sr. Ministro do Comércio, sobre o irregularíssimo e escandaloso serviço da Companhia Anglo Portuguesa de Telefones”<sup>550</sup>, requereu “uma nota urgente da data de todos os diplomas legais a que a referida companhia está sujeita”<sup>551</sup>. Nesse mesmo ano, o senador Pereira Osório, dirigindo-se ao Ministro do Comércio, referiu-se à APT como “uma verdadeira sanguessuga da economia nacional”<sup>552</sup>, tendo denunciado abusos contratuais no desconto devido pela empresa aos serviços telefónicos do Estado. Em novembro de 1924, o senador Carlos Costa, reagindo a um aumento das comunicações telefónicas, colocou de novo a debate a expropriação, tendo afirmado que “se a Companhia não pode com os encargos, o que tem a fazer é abandonar o campo. Estou convencido de que, abrindo-se depois concurso, não faltariam concorrentes oferecendo mais vantagens”<sup>553</sup>. O mesmo senador, solicitara em julho a intervenção do Ministro do Comércio, tendo declarado no Senado que “a Companhia não respeita os contratos que tem com os subscritores”<sup>554</sup>. Nesse mês, também o senador Joaquim Crisóstomo abordou a questão dos telefones, advogando a intervenção Estatal ao perguntar “porque é que o Estado não toma conta da Companhia e não a mete na ordem?”<sup>555</sup>. Em março de 1925, o senador João Carlos da Costa denunciou uma situação que apelidou de grave, relatando que “diz-se na Companhia dos Telefones o seguinte: «As tarifas serão aumentadas porque a Companhia assim o determinou». Como parlamentar e como português, não posso deixar de protestar energicamente contra tal afirmativa”<sup>556</sup>.

---

<sup>548</sup> *Diário da Câmara dos Deputados*, Sessão n.º 25, de 13 de fevereiro de 1919, p. 3.

<sup>549</sup> Que noticiou que “parece que o sr. ministro do comércio está na disposição de usar do direito que assiste ao Estado de estabelecer uma nova rede em concorrência com o serviço da Companhia” (“Serviços telefónicos”, 1919: 2).

<sup>550</sup> *Diário do Senado*, Sessão n.º 17, de 17 de fevereiro de 1921, p. 3.

<sup>551</sup> *Id.*, *Ibid.*

<sup>552</sup> *Diário do Senado*, Sessão n.º 40, de 19 de abril de 1921, p. 4.

<sup>553</sup> *Id.*, Sessão n.º 107, de 21 de novembro de 1924, p. 3.

<sup>554</sup> *Id.*, Sessão n.º 81, de 11 de julho de 1924, p. 4.

<sup>555</sup> *Id.*, Sessão n.º 87, de 25 de julho de 1924, p. 8.

<sup>556</sup> *Id.*, Sessão n.º 19, de 3 de março de 1925, p. 8.

O início do Estado Novo, em 1933, não extinguiu a pressão parlamentar exercida sobre a APT durante a Primeira República. Assim, em fevereiro de 1935 o deputado Artur Leal Lobo da Costa (1882-1963) apresentou na AN um Projeto de Lei visando pôr cobro à iniquidade que via no “facto de a Companhia não facultar ao assinante a fiscalização do seu consumo por um contador ou registador de chamadas, forçando-o a pagar arbitrariamente as quantias por ela impostas”<sup>557</sup>. De acordo com tal proposta legislativa, a APT ficava “obrigada [...] a montar, no domicílio do assinante, um contador ou registador de chamadas, sem aumento, para aquele, dos encargos que atualmente lhe competem”<sup>558</sup>. Que o aquele Projeto de Lei foi, na prática, também uma crítica às RP da APT, ilustra-o o seu conteúdo quando refere que a Companhia “deve empregar todos os seus esforços em conquistar as simpatias e a confiança do público”<sup>559</sup>.

Em fevereiro de 1937, o mesmo deputado apresentou na AN dois requerimentos a propósito “da espoliação de que é vítima o público que necessita utilizar os serviços telefónicos da Companhia Anglo-Portuguesa de Telefones, e da deficiência destes serviços”<sup>560</sup>. Nesse sentido, solicitou ao Ministério das Obras Públicas e Comunicações (MOPC) a reposta a um conjunto de questões ligadas à faturação e à defesa dos clientes da APT, nomeadamente quanto ao facto da empresa não disponibilizar os contadores de chamadas a que estava obrigada legalmente.

A mesma questão foi objeto de dois requerimentos apresentados em janeiro de 1939 pelo deputado Formosinho Sanches (n. 1895)<sup>561</sup>, que, pretendendo “fazer um estudo consciente de um contrato que existe entre uma companhia estrangeira e o Estado português”<sup>562</sup>, denunciou na AN os abusos tarifários da APT<sup>563</sup> e solicitou acesso ao relatório do delegado do Governo junto da Companhia<sup>564</sup>.

Em fevereiro do mesmo ano, apresentou um aviso prévio para proceder ao estudo do contrato existente com a APT e “chamar a atenção do Governo para a forma como essa

---

<sup>557</sup> *Diário das Sessões*, Sessão n.º 12, de 19 de fevereiro de 1935, p. 285.

<sup>558</sup> *Id.*, *ibid.* Note-se que o projeto de lei n.º 41, proposto por Lobo da Costa, foi rejeitado pela Câmara Corporativa (cf. *Diário das Sessões*, supl. ao n.º 44, de 9 de abril de 1935, pp. 4-5).

<sup>559</sup> *Id.*, *ibid.*

<sup>560</sup> *Diário das Sessões*, Sessão n.º 117, de 11 de fevereiro de 1937, p. 436.

<sup>561</sup> *Id.*, Sessão n.º 11, de 10 de janeiro de 1939; Sessão n.º 20, de 19 de janeiro de 1939.

<sup>562</sup> *Id.*, Sessão n.º 11, de 10 de janeiro de 1939, p. 96.

<sup>563</sup> Referiu Formosinho Sanches ter “elementos que me podem provar o seguinte: os aparelhos dessa companhia são sensíveis de mais e estou certo de que o são: mas a minha bolsa também é bastante sensível para sentir a sensibilidade dos aparelhos dessa companhia. Em agosto e setembro estive ausente na praia do Baleal. Fechei a minha casa, desliguei o telefone, guardei-o no guarda-fato, que fechei à chave, e levei comigo essa chave. Pois a companhia apresenta de 16 de agosto a 15 de setembro 32 chamadas e de 16 de setembro a 14 de outubro 50 chamadas! Em casa apenas me ficou um cágado. Se o cágado falou ao telefone não sei... (Risos)” (*Id.*, *Ibid.*).

<sup>564</sup> *Id.*, Sessão n.º 19, de 20 de janeiro de 1939.

Companhia tem dado cumprimento ao disposto nos referidos decretos”<sup>565</sup>. Para executar tal estudo, foram nomeados pela AN o próprio Formosinho Sanches e mais 10 deputados<sup>566</sup>, muito embora o mesmo não tenha chegado a realizar-se em função do presidente da AN considerar que era assunto que podia ser abordado na ordem do dia<sup>567</sup>. Tal ocorreu na sessão de 15 de dezembro, tendo Formosinho Sanches proferido uma longa intervenção sobre o funcionamento da APT, na qual procurou provar que os contadores da companhia cobravam mais chamadas do que as realizadas. Em consequência, e constatando que a APT não instalara os contadores a que estava obrigada contratualmente, solicitou a suspensão do contrato “enquanto não se possam cumprir todas, mas todas as suas cláusulas”<sup>568</sup>. Formosinho Sanches denunciou também “a forma como a Companhia olha pelo seu pessoal desrespeitando as leis”<sup>569</sup>, criticando, nomeadamente, o funcionamento da caixa de pensões da APT e a proibição do casamento das telefonistas, que considerou inconstitucional<sup>570</sup>.

A intervenção parlamentar de Formosinho Sanches parece ter tido resultados tanto junto do Governo como da APT, tal como o próprio revelou em intervenção realizada na AN em Fevereiro de 1941, destacando que tinham sido tomadas medidas pelo Ministro das Obras Públicas quanto à contagem das chamadas, que o Subsecretário das Corporações lograra pôr fim aos impedimentos ao casamento das telefonistas e que a APT “mandou empregar em serviços moderados os seus operários tuberculosos que, curados clinicamente, se encontravam fora do serviço”<sup>571</sup>. A contestação parlamentar à APT teve, durante o período em análise, um derradeiro episódio em março de 1948. Foi seu protagonista o deputado José Nosolini (1893-1968), que se referiu às debilidades do serviço da companhia, defendendo uma maior fiscalização por parte do Ministro das Comunicações<sup>572</sup>.

A atividade da APT foi questionada também em sede do CSC, onde entre 1919 e 1923 foi defendida por três vezes uma proposta para a instalação de redes telefónicas pelo Estado, visando, em face das debilidades do serviço da APT, pôr fim ao seu monopólio nas respetivas zonas de concessão. Foi proponente o vogal Ernesto Diesel Schröeter<sup>573</sup> (1849-

---

<sup>565</sup> *Id.*, Sessão n.º 31, de 9 de fevereiro de 1939, p. 331.

<sup>566</sup> *Id.*, Sessão n.º 33, de 13 de fevereiro de 1939.

<sup>567</sup> *Id.*, Sessão n.º 55, de 13 de dezembro de 1939.

<sup>568</sup> *Id.*, Sessão n.º 56, de 15 de dezembro de 1939, p. 69.

<sup>569</sup> *Id.*, p. 70.

<sup>570</sup> Sobre esta questão, afirmou Formosinho Sanches que “pelo que se vê, a Companhia impede a instituição da família, contribuindo para uniões ilegais [...] e até mesmo para o aborto. Como médico, tratei há anos uma telefonista que, coitada, para não perder o seu lugar, praticara um aborto” (*Id.*, p. 71).

<sup>571</sup> *Diário das Sessões*, Sessão n.º 97, de 19 de fevereiro de 1941, p. 205.

<sup>572</sup> *Id.*, Sessão n.º 135, de 11 de março de 1948.

<sup>573</sup> Ministro da Fazenda entre maio de 1906 e maio de 1907.

1942), que defendeu que se aconselhasse “o governo a que promova que os estudos que em tempo foram feitos sejam adotados à atualidade e que seja seguidamente resolvido sobre a vantagem ou não da instalação das linhas telefónicas por conta do Estado” (“O serviço dos telefones”, 1919a: 2). Em 1922, tal proposta foi novamente colocada no CSC por Schröeter<sup>574</sup>, tendo sido aprovada por unanimidade (“O Conselho Superior”, 1922). Ainda assim, voltou ao debate no ano seguinte, coincidindo com o anúncio de um novo aumento de tarifas pela APT (“Vamos ter em Lisboa”, 1923).

A relação da APT com a AGCT/AGCTT, a quem competia supervisionar a APT (Confraria, 2011), intervindo na regulação das tarifas praticadas, não foi isenta de tensão.

O primeiro episódio terá ocorrido em 1927, quando a AGCT (ver V.2.8) viu no interesse da APT pelas redes fora da sua concessão “desejos de absorção da Rede Telefónica Nacional” (Serrão, 1948: 44), ameaçando o seu monopólio.

Em 1936, por pressão da AGCT, a APT foi obrigada, legalmente<sup>575</sup>, a instalar contadores de chamadas nos postos dos assinantes. Na década de 1940 houve dois momentos em que a posição da AGCTT – ou de funcionários superiores ao seu serviço – colidiu com os interesses da APT.

Se em 1942, aproveitando a greve que se declarou na APT, alguns diretores dos CTT reclamaram a nacionalização da Companhia (Santos, 1999), em 1948 a AGCTT opôs-se com veemência<sup>576</sup> ao pedido de aumento tarifário que aquela apresentara três anos antes ao Ministro das Comunicações. Defendia o correio-mor que “deveria haver uma relação entre os preços da APT e a política seguida pela AGCTT” (FPC, 2010: 57), procurando “alterar as cláusulas financeiras que assistiam à concessão e rever a fórmula de trespasse futuro”<sup>577</sup> (Rollo, 2009b: 277). Em resultado, o processo negocial, que envolveu acusações abertas à APT por parte da AGCTT<sup>578</sup> – que entendia que a Companhia “tinha uma posição

<sup>574</sup> Em agosto de 1922, o jornal *A Pátria* recuperou entrevista a Diesel Schrotter, que declarou que o Estado “tem sido mau administrador, mas poderá fazer a concessão dessa nova rede a quem dê as suficientes garantias” (“Instrumento de suplício”, 1922: 1).

<sup>575</sup> Cf. Decreto-Lei n.º 28:716, de 23 de junho de 1936, publicado no *Diário do Governo* n.º 145/1936, Série I, de 23 de junho de 1936, pp. 704-707.

<sup>576</sup> Veja-se a intervenção de Couto dos Santos numa reunião realizada em outubro de 1948 para o estudo da revisão das tarifas da APT, na qual o correio-mor referiu “parecer aos CTT absolutamente lícito exigir que a APT trabalhe o melhor e o mais barato possível. E tem toda a autoridade para impor essa exigência o Governo [...], entidade soberana, que outorga as suas concessões nos termos mais convenientes à defesa dos interesses da população” (ANTT – AOS/CO/CM1, Acta n.º 13 – Reunião para o estudo da revisão das tarifas da APT realizada no dia 16 de outubro de 1948, das 16h15 às 19h15 na Administração-Geral dos CTT, fl. 259).

<sup>577</sup> A partir deste período, o Correio-mor passou a defender a entrada dos CTT no capital da APT e a “integração das duas empresas no mesmo quadro tecnológico e económico” (FPC, 2010: 58).

<sup>578</sup> Couto dos Santos acusou a APT de empregar uma “argumentação dialética” (*Id.*, fl. 248), tendo mostrado insatisfação quanto ao seu procedimento negocial ao afirmar que “mal se compreende a omissão da A.P.T.

privilegiada no mercado” (FPC, 2010: 57) –, arrastou-se até junho de 1950, muito por via da resistência dos CTT<sup>579</sup>, o que obrigou Alexander Roger a solicitar a intervenção de Salazar<sup>580</sup>, fazendo-lhe um género de ultimato<sup>581</sup> e sugerindo-lhe, por interposta pessoa, o afastamento do correio-mor das negociações<sup>582</sup>. Por outro lado, como nota Confraria (2006), “em dois momentos, pelo menos, a APT procurou desvalorizar a AGCTT, tentando negociar diretamente com o ministro das Comunicações” (p. 32).

### V.2.3. Ambiente laboral

A conflitualidade entre a APT e os seus trabalhadores, que se inscreveu no crescente movimento social e reivindicativo que afetou crescentemente as telecomunicações durante a Primeira República – “acompanhando a tendência geral da população operária” (Rollo, 2009b: 168) –, terá sido uma das razões que impeliu a Companhia a desenvolver a prática

---

havia no seu memorando de 25 de maio [1948], tão exuberante aliás de argumentos de outra espécie. Os Delegados dos C.T.T. não basearam o seu trabalho «sobre meras suposições». A usar-se esta expressão, igual direito têm os Delegados dos C.T.T. de considerar suposições as teses da Companhia” (*Id.*, fls. 249-250). Defendeu também que “antes de mais nada, há que fazer bom serviço; em segundo plano, estará a obtenção de boas remunerações para o capital” (fl. 258) e, respondendo ao atraso nas negociações, afirmou que “até agora, a APT pôde continuar efetivamente a viver a sua folgada vida habitual: 8% de dividendos aos acionistas, acréscimos de reservas, despesas à vontade, etc..., etc...” (fl. 259).

<sup>579</sup> Vejam-se as declarações do correio-mor, que afirmou, em 1948, “ser indispensável a APT acabar, de vez, por fornecer elementos rigorosos e definitivos pois da maneira como as coisas estão correndo nunca mais acabarão as negociações” (ANTT – AOS/CO/CM1, acta 12, Reunião para o estudo da renovação de tarifas da APT realizada no dia 23 de setembro de 1948 das 16 às 18 horas na Administração Geral dos CTT, fl. 537).

<sup>580</sup> Cf. ANTT – AOS/CO/CM1, Alexander Roger pediu várias audiências a Salazar, tendo-se encontrado com o mesmo em maio (fl.216) e em dezembro (fl. 353) de 1948.

<sup>581</sup> A carta que A. Roger lhe dirigiu em 19 de dezembro daquele ano ilustra bem como as relações com a AGCTT tinham conduzido a um impasse: “I am not foolish enough to issue an ultimatum to Your Excellency. I am merely stating the facts and I beg you to believe that” (*Id.*, fl. 406).

<sup>582</sup> Cf. ANTT – AOS/CO/CM1, carta dirigida por António J. Bustorff Silva ao Presidente do Conselho, de 15 de Novembro de 1949 –, o advogado Bustorff Silva, que foi administrador da APT entre 1956 e 1960 (Rollo, 2009b), relatou ao Presidente do Conselho que as negociações da APT com os CTT tinham sido interrompidas “em consequência da irredutibilidade e exagero dos pontos de vista [do correio-mor]” (fl. 458), classificando as pretensões daquele como “tão absurdas como impraticáveis” e acusando-o de pretender substituir o contrato em vigor por um novo “que se preparara e concluíra sem audiência ou, sequer, informação da principal interessada” (*Id.*, *Ibid.*). Bustorff perguntou mesmo a Salazar se “nesta conformidade, será de todo impossível ordenar a esse funcionário que se abstenha de fantasiar e se limite a cumprir as diretrizes que lhe dão os seus superiores hierárquicos, estabelecendo com firmeza essa [sic] diretrizes e enquadrando a urgência de uma resposta na urgência que impõe a situação criada? E se o Sr. Correio-mor não sabe, não pode, ou não quer afastar-se das «contas sobre hipóteses» não haverá funcionário desapaixonado que o substitua nestas negociações para que as promessas feitas se convertam em realidade?” (fls. 464-465).

das RP, tanto mais que entre os anos 1910 e 1920 o número de empregados aumentou exponencialmente (Anexo R), colocando um maior desafio às relações laborais.

De facto, o descontentamento laboral produzia várias consequências nefastas na atividade da APT, desde a perturbação do serviço telefónico<sup>583</sup> – com a consequente degradação da imagem pública da Companhia – até à dificuldade “não em obter pessoal, mas sim em o conservar”<sup>584</sup>. Segundo o secretário-geral da APT, futuro responsável pelas RP da Companhia, este último constrangimento, que tinha causas diversas<sup>585</sup>, levava a que as estações telefónicas fossem operadas por “um pessoal sempre com pouco tempo de serviço” (Ferreira, 1919b: 1) – em 1919 cerca de 50% dos trabalhadores das estações estava há menos de um ano na APT<sup>586</sup> –, podendo “causar influência na prática e rapidez do serviço” (*Id.*, *Ibid.*).

A contestação laboral manifestou-se através de cinco procedimentos reivindicativos distintos, ainda que interligados: 1) as greves ao trabalho; 2) as greves de zelo; 3) as sabotagens e os atentados; 4) os protestos dos funcionários na imprensa; 5) a associação e sindicalização dos trabalhadores. Quanto ao primeiro procedimento, a APT foi durante o período em análise afetada por diversas paralisações laborais contextualizadas, particularmente, na reivindicação de “aumentos salariais, regalias sociais<sup>587</sup> e estatuto humano” (Santos, 1999: 129), sobretudo por parte das telefonistas e dos guarda-fios<sup>588</sup>. As suas causas foram “técnicas sociais e de incompreensão humana” (*Id.*, p. 168), mas também políticas.

Logo em novembro de 1910, no mês seguinte à implantação da República, declarou-se uma greve do pessoal do sector das telecomunicações, tendo envolvido os guarda-fios, que,

<sup>583</sup> Veja-se o testemunho de António Marques da Silva, funcionário da APT, ao serviço da qual permaneceu por 48 anos: “lembro-me que os serviços, uma vez, estiveram parados trinta e tal dias...” (“António Marques da Silva”, 1937: 12).

<sup>584</sup> Cf. AHFPC, A001092, *Revisões das Tarifas da APT efetuadas de 1918 a 1924*, informação de N. Noble, Chefe do Tráfego da APT, ao Gerente, em 27 de março de 1919, fl. 2. Administrador Geral dos Correios e Telégrafos, de 17 de maio de 1920.

<sup>585</sup> De acordo com (Ferreira, 1919b), “o pessoal feminino era com facilidade e frequência desviado para bancos, companhias de seguros, casas comerciais, etc. Damos como razão a reputação de ágeis e disciplinadas que as empregadas têm, depois de uma travessia pelos métodos ingleses da Companhia dos Telefones, e que as fazem ser preferidas e cobiçadas cá fora. É claro que isto não se daria se os salários fossem elevados, sendo talvez este o motivo porque ao fim de uns meses todo o pessoal vai para uma melhor situação” (p. 1).

<sup>586</sup> Cf. AHFPC, A001092, *Revisões das Tarifas da APT efetuadas de 1918 a 1924*, informação de N. Noble, Chefe do Tráfego da APT, ao Gerente, em 27 de março de 1919, fl. 2.

<sup>587</sup> Rollo (2009b) refere que nas primeiras greves, realizadas em 1910 e em 1911, reivindicava-se a redução dos horários noturnos e o direito a 12 dias de férias anuais.

<sup>588</sup> De acordo com Santos (1999), o guarda-fios “tinha a seu cargo a fiscalização, reparação, conservação das linhas e inspeção de linhas não autorizadas [...] O trabalho era árduo, mal recompensado e sujeito às variações climáticas” (pp. 134-135).

entre reivindicações por melhores salários e menor carga horária de trabalho, pugnaram pelo fim da obrigatoriedade do estado civil de casado<sup>589</sup> na admissão de chefes de estação (Santos, 1999). Seguiram-se novos episódios em 1911, 1912, 1918<sup>590</sup>, 1920<sup>591</sup> e 1924<sup>592</sup>.

Durante o Estado Novo, registou-se apenas uma greve, em novembro de 1942, materializada num “protesto silencioso dos empregados de escritório” (Santos, 1999: 147) da APT e na suspensão do trabalho. Em consequência, o Governo criou “a figura da requisição militar para o pessoal das empresas concessionárias de serviços públicos” (Patriarca, 1995b: pp. 602-603), tendo-a aplicando “de imediato ao pessoal da Anglo Portuguese Telephone” (*Id.*, p. 603), o que levou a que aqueles, “sob a ameaça de serem acusados do crime de deserção”, retomassem o trabalho um dia depois do início da greve (*Id.*, *ibid.*).

Para contestar os baixos salários praticados pela APT, houve igualmente lugar às greves de zelo, ou a um género de sabotagem passiva<sup>593</sup>. Algumas das greves envolveram atos de sabotagem ativa, a começar pela ocorrida em janeiro de 1918, em cujo âmbito operários das oficinas da APT retiraram as principais peças das estações Central e Norte e cortaram vários cabos, impedindo assim as comunicações. As sabotagens nem sempre foram pacíficas, envolvendo, pelo contrário, alguma violência. Assim sucedeu no início de janeiro de 1920, conforme descrito em nota enviada aos jornais pela própria APT, que informou que “«esta manhã [...] uns homens empunhando pistolas e mascarados, entraram nas estações Norte e Central [...], surpreendendo e dominando os guardas e roubando duas pequenas máquinas indispensáveis para o funcionamento do serviço telefónico [...]» (“Lisboa sem telefones”, 1920: 2)<sup>594</sup>. No âmbito da greve desse ano, que se prolongou por 64 dias<sup>595</sup>

<sup>589</sup> Segundo Santos (1999), tal exigência tinha uma razão objetiva: “enquanto o responsável saía para reparar linhas ou aparelhos telefónicos, a mulher ficava em casa a atender as chamadas dos assinantes, mas sem auferir qualquer salário” (p. 145).

<sup>590</sup> A greve envolveu na APT o “pessoal mecânico [...], os operários das suas fábricas produtoras da eletricidade, das suas oficinas de reparação, dos seus depósitos, os guarda-fios e o pessoal externo” (Está impedido?”, 1918: 1), que exigiam aumentos salariais de 50%.

<sup>591</sup> Tendo resultado em aumentos de cerca de 80% para os funcionários (Santos, 1999).

<sup>592</sup> A greve foi iniciada pelo pessoal das oficinas, em “protesto [...] contra a atitude do chefe das oficinas, que exerceu varias represálias sobre a Comissão de Melhoramentos e Direção da Associação de Classe” (“O pessoal dos telefones e a razão”, 1924: 2), mas alargou-se a todo o pessoal masculino, que exigia aumentos salariais. Em resposta, a APT considerou despedidos todos os grevistas, mas reintegrou-os posteriormente.

<sup>593</sup> Tal se infere da entrevista dada em 1922 por uma funcionária da APT, que afirmou que “atos de «sabotage», ou coisa parecida, exercemos nós todos os dias. Como a Companhia não nos paga bem nós também não podemos servir bem os assinantes. Isto é claro e lógico” (“Vai declarar-se a guerra dos telefones?”, 1922: 1).

<sup>594</sup> Sobre este episódio, vejam-se também “O pessoal dos telefones” (1920) e “Sem comunicações” (1920).

<sup>595</sup> Os 64 dias (Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1920, de 12 de setembro de 1921) referem-se a Lisboa, tendo decorrido

devido às referidas sabotagens, ocorreram dois atentados bombistas contra as residências de Robert Frazer (“A greve dos telefones. O Atentado”, 1920) e de F. Frick (“A greve dos telefones. Um novo”, 1920), ambos diretores da APT na época<sup>596</sup>.

Também a greve de 1924, ocorrida durante novembro, envolveu atos de sabotagem, perpetrados nas instalações da APT no Porto (“Pessoal dos telefones”, 1924). Nesse mesmo período, já depois de terminada a greve, deu-se um episódio violento protagonizado por um empregado da APT, que, armado de revólver, entrou “no escritório [da Companhia em Lisboa] a fazer ameaças” (“Empregado que entra”, 1924: 2), o que ilustra como eram tensas as relações laborais. A greve de 1924 ficou ainda marcada pelo facto de os grevistas terem recorrido à produção de manifestos, os quais fizeram distribuir “pela cidade [Lisboa], expondo as causas do seu movimento de protesto” (“A greve do pessoal dos telefones”, 1924: 2). Note-se que as sabotagens ocorreram mesmo fora do contexto grevista, tal como se infere de uma entrevista que o diretor-geral da APT concedeu em 1922 a *O Século*, tendo afirmado que o mau funcionamento dos telefones se devia aos “atos de sabotagem que constantemente os empregados praticam nos cabos. Tem-se conservado desde há bastante tempo uma hostilidade surda para com a Companhia” (“Porque não funcionam”, 1922: 1).

Os conflitos laborais que afetaram a APT, nomeadamente as greves, mas também diversas insatisfações de âmbito salarial ou profissional, extravasaram regularmente para a imprensa, que foi usada como campo de batalha. Assim sucedeu logo na greve de 1910, quando as telefonistas da Companhia “aproveitaram o momento para mostrar as injustiças que pendiam sobre elas<sup>597</sup>, através de entrevistas dadas aos jornais” (Santos, 1999: 130). Um deles foi *A Capital*, que em novembro logrou entrevistar uma das telefonistas da estação central da APT, a qual deu nota de que “a situação das empregadas dos telefones [...] não se modificou em coisa alguma. Continuamos a ser um rancho de escravas para quem não há sequer a atenção que costuma ser dispensada às criaturas do nosso sexo” (“Falam os telephonistas”, 1910: 2). Três anos depois, uma comissão de telefonistas do Porto declarou ao jornal *A Capital* que “não é possível viver [na APT]. Nós somos ali umas verdadeiras escravas, com a agravante de termos a nossa mocidade e a nossa saúde em risco de grave perigo” (“As telefonistas do Porto”, 1913: 1). Tais testemunhos originaram dois artigos, um deles intitulado “As telefonistas do Porto são mal pagas, vexadas e têm um trabalho

---

entre o início de janeiro e 22 de março de 1920. No Porto, a greve terminou no início de fevereiro de 1920, muito embora tenha sido retomada nesse mesmo mês.

<sup>596</sup> Robert Frazer e F. Frick eram, respetivamente, o gerente e o secretário da APT.

<sup>597</sup> Eram eles a fadiga decorrente do estabelecimento manual das comunicações telefónicas – em 1923 “uma telefonista a trabalhar no Porto estabelece mais de 160 000 chamadas anuais, o que dá uma média diária de 450 chamadas por dia” (Santos, 1992: 128) – as exigências de um trabalho realizado por turnos e as multas aplicadas às operadoras que se atrasassem na entrada ao serviço.

extenuante numa repartição sem condições higiénicas” (*Id., ibid.*), no qual se relatou que as telefonistas eram “vítimas de opressões” (*Id., ibid.*) e que, em resultado de um ensaio grevista realizado em janeiro de 1912, “conseguiram o pior do que reclamavam: a tirania mais eficaz, a vingança mais hedionda, mais brutal” (*Id., ibid.*).

O segundo artigo, cujo subtítulo era “Multas e suspensões ao mínimo pretexto” (“Às telefonistas do Porto”, 1913: 1), revelou o desagrado das telefonistas com a respetiva chefia, vista como agindo com “sobranceria, com grosseria, apoiada na proteção do diretor” (*Id., ibid.*). Esse episódio permite atestar como era problemático, porque de natureza autoritária, o relacionamento da APT com os seus trabalhadores. De facto, questionadas por *A Capital* relativamente às razões por que não reclamavam da empresa melhores condições salariais e de trabalho, as telefonistas responderam que “quando há tempos, um jornal de Lisboa, defendeu a nossa causa nós fomos obrigadas a assinar um protesto, declarando que as arguições daquele jornal eram... falsas!” (*Id., ibid.*). As declarações à imprensa por parte de trabalhadores da APT prosseguiram na década de 1920, como o ilustra uma notícia publicada em 1922, com honras de primeira página em *O Século*, na qual uma empregada fez várias revelações graves, nomeadamente de corrupção<sup>598</sup>. Tais entrevistas mantiveram-se, pelo menos, até aos anos 1930, década em que uma telefonista se queixou das condições laborais, incluindo a assistência médica<sup>599</sup>, de ter de se sujeitar calada “a uma série de atropelos e constantes dissabores” (“Uma entrevista”, 1932: 4) e de uma gestão persecutória<sup>600</sup>. Além das referidas entrevistas, o contacto dos trabalhadores da APT com a imprensa fez-se também através de denúncias por escrito<sup>601</sup> e de notas oficiosas. Numa

<sup>598</sup> Revelou, nomeadamente, que “o serviço anda mal feito porque a Companhia apenas procura defender os seus interesses. O pessoal trabalha com grande descontentamento e por isso mesmo não trabalha como devia. É mal pago” (“Porque não funcionam”, 1922: 1). Acrescentou ainda que a APT recebia “proventos indevidos” (*Id., Ibid.*) porque “isso das tarifas foi uma boa embrulhada. Calcule que o aumento foi cobrado a todos os subscritores, mesmo anteriores à data do decreto, o que trouxe à Companhia centenas de contos” (*Id., Ibid.*). Mais grave foi o episódio de corrupção que narrou ao afirmar que “como a Companhia demora muito a satisfazer os pedidos de reparações de linhas desarranjadas, o subscritor que tiver o telefone obstruído, [se] quiser rapidamente repará-lo, não tem mais do que fazer o seguinte: dá uma espórtula convencional a um dos encarregados de tal serviço e essa criatura vai à distribuição das linhas telefónicas, corta os fios dum telefone que funcione bem e põe em bom estado de funcionamento o aparelho desarranjado...” (*Id., Ibid.*).

<sup>599</sup> Referiu a telefonista entrevistada que “não temos medicamentos, não temos reforma e há o médico da Companhia que serve para avisar quando o empregado sofre de doença incurável, para ela o demitir” (“Uma entrevista”, 1932: 5).

<sup>600</sup> Referiu a telefonista que um diretor da APT “chefia uma espécie de «olheiros» ou polícias que há dentro da Companhia, sempre dispostos a avisá-lo do menor deslize de um empregado, que será inexoravelmente posto na rua” (*Id., Ibid.*).

<sup>601</sup> Veja-se a notícia publicada em 1918 por *O Século*, na qual se podia ler: “queixamo-nos constantemente do serviço dos telefones, mas, pelo que apuramos através de uma carta que uma das empregadas nos enviou, é da direção da companhia que principalmente devemos queixar-nos, e não das telefonistas. A razão é simples: é

dessas notas, de fevereiro de 1920<sup>602</sup>, alguns funcionários em greve contrariaram a posição da APT, tendo referido que “«a Companhia é a única culpada da greve, cujo prolongamento lhe convém; tanto que vem sempre com novas imposições quando o conflito se aproxima do seu termo»” (“Lisboa sem telefones. Os grevistas”, 1920: 3) e que “«a Companhia esperou muito calculadamente a constituição do atual governo para dele arrancar a sobretaxa, a qual chega muito bem para satisfazer todas as reclamações apresentadas pelo pessoal»” (*Id., Ibid.*). O desmentido das posições da APT pelos seus funcionários teve uma réplica no ano seguinte quando um empregado da Companhia afirmou a *O Século* que a deficiência dos serviços telefónicos se devia à “organização diretora [da Companhia]” (“Eterna questão. Os telefones”, 1921: 1), tendo argumentado que “as avarias que se produzem não são reparadas urgentemente devido às deficiências dessa organização” (*id., Ibid.*).

As questões laborais ganharam nova dimensão e maior projeção mediática, quando os funcionários da APT procederam à sua organização de classe e se deu o reconhecimento da mesma por parte da Companhia, fenómeno que teve início em 1918 (“A greve dos telefones. Continua”, 1918). O ano seguinte foi significativamente importante nesse âmbito pois o pessoal da APT organizou-se junto do Sindicato Único Metalúrgico<sup>603</sup> (“Sindicato Único”, 1919) – que foi responsável pela invulgarmente extensa greve de 1920 – e foi constituída uma comissão delegada para reivindicar novos aumentos salariais (“Pessoal dos telefones”, 1919). Em maio de 1920 realizou-se a primeira assembleia geral da Associação de Classe Única dos Empregados da The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd.<sup>604</sup>, organismo que não foi, contudo, aprovado pelo Governo, que forçou a constituição de duas associações, uma para os empregados de Lisboa (alvará de maio de 1922) – presidida por José Casenho – e outra para os do Porto (novembro de 1923).

Em 1924, estava em operação uma comissão de melhoramentos do pessoal dos Telefones, entidade que comunicou com a imprensa logo nesse ano. As declarações proferidas pelos seus membros eram por vezes desfavoráveis à APT, denunciando, por exemplo, as suas inverdades ou os abusos tarifários, tal como sucedeu numa entrevista concedida em 1924 ao jornal *A Tarde* (“O pessoal dos telefones vai”, 1924). Além de responder às interpelações dos jornalistas, a referida comissão era proactiva junto da imprensa, denunciando as práticas laborais da APT. Atesta-o uma notícia publicada por *O*

---

que não se pode obrigar ninguém a trabalhar bem e com vontade desde que se lhe não pague. E assim sucede, pelo visto, pois que não são pagas a dobrar as horas suplementares às empregadas, como determina o regulamento, e como se nos denuncia na carta que temos presente” (“As meninas dos telefones”, 1918: 2).

<sup>602</sup> A mesma nota foi publicada em fevereiro de 1920 pelo *Diário de Notícias*, que informou que “a comissão de defesa e melhoramentos do pessoal dos telefones enviou-nos uma nota oficiosa” (“As greves”, 1920b: 2).

<sup>603</sup> Por influência dos trabalhadores mecânicos de aparelhos.

<sup>604</sup> Organismo presidido por João Gomes Costa (“Pessoal da Companhia dos Telefones”, 1919b).

Século em 1924<sup>605</sup>, ano em que também a comissão delegada do pessoal dos telefones interveio junto da imprensa (“Hoje foi iniciada”, 1924).

O fim da Primeira República e a emergência dos regimes ditatoriais que se sucederam, levou à perda de poder reivindicativo pelos trabalhadores da APT. Entre as causas desse esvaziamento, para que contribuíram as alterações tecnológicas<sup>606</sup>, encontra-se o controle estatal das estruturas sindicais (cf. IV.1.2.). Em maio de 1934, por alvará do Subsecretário de Estado das Corporações e Previdência Social, surgiram assim o Sindicato Nacional dos Telefonistas e Ofícios Correlativos do Distrito de Lisboa (SNTOCDL) e o Sindicato Nacional dos Telefonistas do Distrito do Porto (SNTDP). Os estatutos do SNTOCDL, “repudiando [...] a luta de classes” (SNTOCDL, 1934: 5), ilustram bem como aquela estrutura foi privada da componente reivindicativa<sup>607</sup>. O mesmo se infere do testemunho de um dirigente do SNTDP, que, referindo-se aos antigos membros das extintas associações de classe dos empregados da APT, afirmou: “quantas desilusões, quantos sacrifício e recordações devem sentir esses empregados, hoje afastados pela força das circunstâncias, do meio associativo, a que deram a melhor das suas energias!...” (Costa, 1937). Ainda assim, o SNTOCDL manteve alguma intervenção reivindicativa (Nunes, 1938), atuando junto do Presidente do Conselho em 1940 e em 1941 para expor “um certo número de situações de flagrante anormalidade e escaldante injustiça que se observam no seio da The Anglo-Portuguese Telephone Company, que tão fortemente ferem os legítimos direitos dos seus empregados”<sup>608</sup>.

#### V.2.4. Ambiente social

A já aludida proibição de casamento imposta às telefonistas da APT levou também à contestação social e pública da conduta da Companhia, processo que teve início nos anos 1920. Com efeito, em 1926 Angélica Porto, presidente da Secção de Moral do Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas, denunciou tal rigidez regulamentar no Congresso Nacional Abolicionista<sup>609</sup>.

---

<sup>605</sup> Noticiou aquele jornal que “fomos procurados pela comissão de melhoramentos do pessoal dos Telefones, que nos informa ter a Companhia dos Telefones despedido 60 empregados de ambos os sexos, e tenciona despedir ainda mais” (“Classes que reclamam”, 1924: 3).

<sup>606</sup> A automatização das comunicações telefónicas fez dispensar, em larga medida, as telefonistas.

<sup>607</sup> Em contrapartida, assumiu a prestigiação da classe, o contributo para o progresso profissional, a previdência ou a formação (SNTOCDL, 1934). Tal esvaziamento é ainda comprovado pelo facto de dirigentes da APT terem nos anos 1930 participado em conferências promovidas pelo SNTOCDL (“Sindicato”, 1937; “A 2.<sup>a</sup> conferência”, 1938) e de a APT ter financiado as festas de Natal daquele organismo (“O Natal”, 1938).

<sup>608</sup> ANTT, Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros, Gabinete do Presidente, cx. 37, proc. 339/18, n.º 2, carta da Direção do SNTOCDL ao Presidente do Conselho, de 12 de junho de 1940, fl. 1.

<sup>609</sup> Defendeu Angélica Porto (1926) que “na Companhia dos Telefones que é inglesa [...] as mulheres [...] só podem permanecer [...] enquanto solteiras, casando, muito embora tinham sido empregadas solícitas e

A questão ganhou maior relevo na década seguinte, período em que se iniciou um movimento organizado. Em causa estava o regulamento de admissão da APT, que estipulava que “em caso de contrair matrimónio [a telefonista] comprometer-se-á a deixar imediatamente o serviço da Companhia visto os regulamentos não permitirem a permanência ao serviço de telefonistas casadas” (Santos, 1992: 131)<sup>610</sup>.

A contestação pública teve início em abril de 1939, tendo sido dirigida pelo médico portuense António Emílio Magalhães (1895-19--), fundador e presidente da Liga Portuguesa de Profilaxia Social (LPPS), instituição que considerava inconstitucional a aludida proibição e também arbitrária, uma vez que a mesma não era aplicada nos serviços telefónicos dos CTT. A denominada campanha pelo casamento das telefonistas (LPPS, 1950) abrangeu individualidades provenientes de cinco grandes meios sócio profissionais<sup>611</sup>: altos dignatários dos vários credos religiosos<sup>612</sup>; parlamentares<sup>613</sup>, professorado universitário e altas personalidades da nação<sup>614</sup>; câmaras municipais, sindicatos nacionais, consulados e funcionalismo superior; escritores, artistas e profissões liberais<sup>615</sup>; e comerciantes, industriais, proprietários e contabilistas. O contacto com aqueles envolveu o envio de “milhares de circulares [...] e as respostas foram unânimes, condenando a atitude da APT” (Santos, 1992: 132). A LPPS logrou também obter o apoio da imprensa, “quer mediante a publicação dos nossos comunicados, quer mediante artigos originais das respetivas redações” (LPPS, 1950: 14), assim como levar a questão à AN<sup>616</sup>.

A campanha terá colocado uma enorme pressão na APT, sobretudo se considerarmos a participação de comerciantes, industriais, proprietários – nos quais se inseriam muitos dos

---

exemplares, perdem o emprego. Ora esta disposição constitui um abuso propulsor da desmoralização e assume o carácter de uma prepotência que revolta” (pp. 7-8). O congresso foi organizado pela Liga Portuguesa Abolicionista para combater a prostituição regulamentada (CNMP, 1926).

<sup>610</sup> Santos (1992) nota que “este princípio não é um mero arbítrio da APT. Podem invocar-se razões de ordem ética; naquela época, o trabalho noturno ou aos fins-de-semana estava vedado, por imoral, à mulher casada. Uma outra prendia-se com a hipotética perda de sigilo após o casamento” (p. 132). Sobre esta questão, veja-se também Santos (1988a).

<sup>611</sup> A segmentação em causa foi realizada pela própria LPPS (1950).

<sup>612</sup> Tendo a adesão, entre outros, do Cardeal Patriarca de Lisboa, dos arcebispos de Braga e de Évora, dos bispos de Coimbra, do Porto, de Beja, de Leiria, de Portalegre e de Viseu, do Arcebispo Católico de Londres e do Arcebispo de Cantuária, tidos como importantes pela LPPS por “se tratar de prelados da mesma nacionalidade da *Anglo-Portuguese Telephone Company*” (LPPS, 1950: 13).

<sup>613</sup> A LPPS granjeou o apoio de diversos deputados, como Formosinho Sanches ou Augusto Pires de Lima, e de antigos ministros, como o General Schiappa de Azevedo e Alfredo de Magalhães.

<sup>614</sup> Incluindo governadores civis, vereadores municipais e membros e presidentes de associações industriais e de ordens profissionais.

<sup>615</sup> Veja-se a este propósito o testemunho do escultor Teixeira Lopes, que considerou a determinação da APT como sendo “insana, disparatada, contraproducente, brutal” (LPPS, 1950: 99).

<sup>616</sup> Cf. V.2.2.

clientes da companhia – e de parlamentares, os quais tinham acesso facilitado à imprensa. Tal foi o caso, por exemplo, de Augusto Pires de Lima, que, num artigo para o *Jornal de Notícias*, somou a questão matrimonial a críticas relativas ao serviço telefónico e à já aludida origem estrangeira da APT<sup>617</sup>. Fruto da iniciativa da LPPS e do envolvimento do Subsecretário de Estado das Corporações e Previdência Social, em outubro de 1940 a APT revogou a medida, tendo os primeiros casamentos sido realizados nesse mesmo ano.

#### V.2.5. Ambiente operacional e comercial

A APT debateu-se no período em análise com a insatisfação dos seus clientes e utentes. Disso deu nota, logo em 1915, *O Século*, ao noticiar que “a forma ostensiva porque o público e, nomeadamente, os subscritores da Companhia dos telefones se manifestam contra a organização deste importante serviço de comunicações, é de uma evidência tal que não carece de grandes argumentos” (“Contra o péssimo”, 1915: 1), tendo acrescentado que “não há dúvida de que se acentuam, de dia para dia, os descontentamentos gerais” (*Id., Ibid.*). Na base da insatisfação, sentida tanto pelos clientes domésticos como pelos comerciais<sup>618</sup>, encontravam-se deficiências em quatro domínios principais<sup>619</sup>, muito embora os mesmos se interrelacionem: a base tecnológica, o desempenho do serviço telefónico, o funcionamento e a atitude da APT e o tarifário praticado.

Começando pela tecnologia que suportava a rede de telecomunicações, refira-se desde logo a vetustez do equipamento<sup>620</sup>, agravada durante e após a Primeira Guerra Mundial<sup>621</sup>.

<sup>617</sup> Segundo Lima (1939), “ficou, portanto, o público sabendo que não só a Companhia inglesa que possui o monopólio das comunicações urbanas em quase todo o País, tem uma contabilidade de chamadas altamente prejudicial para a bolsa dos assinantes, como também se opõe ao matrimónio das suas funcionárias. [...] desconhecia que um dos veículos de combate ao casamento fosse a Companhia dos Telefones, a qual, talvez pelo facto de ser estrangeira, ignora os artigos da Constituição Portuguesa que dizem respeito à Família” (p. 3).

<sup>618</sup> Rollo (2009b) nota que “a APT, em particular, não conseguia dar resposta aos pretendentes a subscritores, acompanhando não só o aumento da população urbana, como as necessidades das pequenas e médias empresas que progressivamente descobriam os benefícios e os ganhos conseguidos pelo uso do telefone, a par do aumento das exigências dos consumidores já habituados, como a imprensa, o comércio, a banca e a generalidade dos serviços administrativos” (p. 174).

<sup>619</sup> Refira-se também o impacto do mau tempo na destruição das linhas telefónicas ou na sua interrupção (Rollo, 2009b).

<sup>620</sup> Note-se por, exemplo, o facto de o mais moderno sistema de bateria central, introduzido em 1904, ter convivido até aos anos 1980 com o antiquado sistema de bateria local (Santos, 1992). Veja-se, a este propósito, as críticas efetuadas posteriormente por um funcionário da APT (Tripeiro, 1938).

<sup>621</sup> Segundo Rollo (2009b), “a APT, em particular, não conseguia substituir o material e os equipamentos ao ritmo necessário para evitar que se tornassem obsoletos, nem prevenir e reparar os danos causados pelo tempo e pelo uso, confessando-se incapaz de satisfazer as reais necessidades de comunicação, embaraçadas com constantes interrupções das linhas, cortes, avarias ou roubos” (p. 174).

Disso deu nota, em 1924, o fiscal do Governo junto da APT, que reportou que “na primeira visita oficial que tive a honra de fazer à rede do Porto, colhi a mesma péssima impressão de há três anos [...]. Tudo nesta rede é antiquado”<sup>622</sup>, acrescentando que “com tal material torna-se quase impossível dar um regular serviço telefónico e só a comparência e o cuidado dos engenheiros que dirigem aquele serviço, evitam que ele se torne intolerável”<sup>623</sup>.

O carácter obsoleto da tecnologia de que a APT dispunha no período em análise foi denunciado publicamente por, pelo menos, três outras fontes, as quais se socorreram para tal da comparação com o exemplo estrangeiro. Primeiramente, um leitor identificado pelas iniciais F. da S. N., que em 1919 enviou ao jornal *A Vitória* uma carta, na qual afirmava conhecer “*de visu* os serviços telefónicos em França, Holanda, Espanha, Bélgica e Suíça e podemos asseverar que entre estes e os da cidade de Lisboa... há um mundo de permeio!” (“O serviço telefónico. Uma forma”, 1919: 1). A questão, realçou, prendia-se com o facto de a APT, ao contrário daqueles países, não usar o sistema automático, mas sim o das ligações manuais, que considerava “irremediavelmente condenado” (*id.*, *ibid.*). Em 1923, o escritor Albino Forjaz Sampaio (1884-1949) comparou os serviços telefónicos portugueses com os do Rio de Janeiro e de São Paulo, considerando de “tretas” (“Por terras do Brasil. O telefone”, 1923: 1) o facto de a APT desculpar o mau serviço com a Primeira Guerra Mundial. O foco no sistema de ligações manuais foi retomado por Adalberto Veiga, um “ilustre funcionário superior dos Correios e Telégrafos” (“Está lá?..”, 1924: 5). Na entrevista que concedeu em 1924 ao *Diário de Lisboa* referiu que noutros países já se utilizava o mais moderno sistema automático, enquanto em Portugal as chamadas eram ainda realizadas por telefonistas<sup>624</sup>.

A APT estava de facto atrasada na implantação do sistema de comutação automática, o qual funcionava nos EUA desde o final do século XIX (Rollo, 2009b) e desde 1911 em alguns países da Europa, estando em 1925 operacional, ainda que progressivamente, em 12 países europeus<sup>625</sup>. Deveu-se a tal atraso muita da insatisfação operacional dos clientes da APT, a qual ficou espelhada em duas das muitas notícias negativas publicadas pela

---

<sup>622</sup> Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1923, de 25 de setembro de 1924, p. 2.

<sup>623</sup> *Id.*, *Ibid.*

<sup>624</sup> Conforme referiu o *Diário de Lisboa*, o referido funcionário era alguém que “bem conhece das suas viagens ao estrangeiro o funcionamento dos telefones automáticos” (“Está lá?”, 1924: 5), o que atesta a sua credibilidade como fonte para aferir o subdesenvolvimento tecnológico do sistema operado pela APT. Segundo ele, em 1924 o sistema automático estava já implantado em diversos países, tendo referido que “as estações telefónicas automáticas têm tido notável desenvolvimento em Rotterdam, na Suécia, nos Estados Unidos, no México e na Argentina, possuindo a cidade de S. Sebastian, na península, um serviço esmerado” (*id.*, *ibid.*).

<sup>625</sup> Bélgica, Dinamarca, Inglaterra, França, Holanda, Hungria, Itália, Noruega, Roménia, Suécia e Suíça, e, um ano depois, Espanha (“Desde o dia 1 de Agosto”, 1926).

imprensa sobre o serviço da APT (cf. V.2.6.). Em 1922, afirmava *O Mundo* que “telefonar é pior do que ter sarna, tinha, varíola, pico-pico e urticária. É o desespero levado à loucura” (“A telefonite... aguda”, 1922: 2), acrescentando que “a par da religião, da perseguição, do alcoolismo e da sífilis, deve-se ter o telefone como um dos fatores principais das causas de loucura furiosa” (*Id., Ibid.*). As razões para tal julgamento crítico são perceptíveis, em parte, pelo artigo humorístico que *O Jornal* dedicara em 1919 à relação que os clientes da APT estabeleciam com os aparelhos telefónicos (“Alô?! ‘Stá lá?”, 1919: 1), o qual revela algumas das questões operacionais que suscitaram o descontentamento dos clientes. Incluíam-se entre elas as avarias nos aparelhos telefónicos e o elevado tempo de espera associado à reparação, a demora no estabelecimento das ligações telefónicas por parte das telefonistas<sup>626</sup> e a interrupção ou a perda das chamadas<sup>627</sup>, mas também as listas de espera para a obtenção de um telefone. Esta última questão colocou-se, como referido, após a Primeira Guerra Mundial, tendo levado a que se iniciasse o negócio do trespasse de telefones, tal como *A Capital* noticiou, tendo notado que “é do conhecimento de todo o lisboeta que um telefone é coisa tão difícil de conseguir, que o trespasse escandaloso destes objetos tem imperado há uma meia dúzia de anos” (“As sugestões de”, 1921: 1).

A qualidade do serviço prestado pela APT era também prejudicada pelo desempenho administrativo da companhia, pela sua cultura (cf. V.2.7.) e pela atitude para com os clientes. Disso deu nota o fiscal do Governo ao afirmar que “o expediente é, com frequência, demorado nos escritórios da companhia [...], o que bastante concorre para avolumar as deficiências do serviço telefónico que, muitas vezes, originam reclamações dignas de serem atendidas”<sup>628</sup>. Idêntica posição, mas mais crítica e abrangente, defendeu *O Século*, ao noticiar em 1919 que as deficiências do serviço telefónico eram “apenas atribuídas ao desprezo da Companhia para com o público, à sua má direção e incompetência do pessoal” (“Os telefones”, 1919c: 2). A atitude da APT perante os clientes já tinha, aliás, sido noticiada por *A Luta*, que em 1915, sob o título “A burla dos telefones”, informou que: “é tal o desprezo que a Companhia dos Telefones dedica às inúmeras reclamações que lhe têm dirigido [...] que é hoje sintoma de ingenuidade supor-se que ainda é possível conseguir melhorar aqueles destrambelhados serviços à custa de pedidos ou reclamações (“A burla dos telefones”, 1915b: 2).

---

<sup>626</sup> Para entender as queixas sobre as telefonistas, veja-se a notícia que *O Século* publicou em 1915 (“Serviço telefónico em Lisboa”, 1915).

<sup>627</sup> Três problemas intimamente ligados ao facto da APT só em 1930 ter introduzido a automatização das redes telefónicas, o que, como referido, levou à dispensa da intervenção das telefonistas.

<sup>628</sup> Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de Bernardo Villa Nova, referente ao ano de 1918, de 30 de junho de 1919, p. 19.

O tarifário praticado pela APT e os aumentos sucessivos realizados nas décadas de 1910 e de 1920 concentraram grande parte do descontentamento dos clientes (ver V.2.6.). Comparando o panorama em Lisboa e em Badajoz, o *Correio da Manhã* defendeu, num artigo publicado em 1923, que as comunicações nacionais eram não só mais caras como o serviço era mais deficiente. Referia-se, por exemplo que em Badajoz “a instalação é rápida e gratuita, o que não sucede em Lisboa, onde se espera algumas vezes meses e se paga uma quantia avultada” (Anselmo, 1923: 1), que “a única condição exigida em Espanha é o pagamento adiantado de quatro meses de *abono*, que depois é feito mensalmente” (*Id.*, *Ibid.*) e que “ao contrário do que sucede aqui, o pessoal é de uma polidez e solicitude admiráveis, nunca levando a fazer uma ligação mais que meio minuto (*Id.*, *Ibid.*).

O descontentamento dos clientes traduziu-se, desde logo, no crescente fluxo de reclamações apresentadas à APT, as quais o fiscal do Governo adjetivou em 1919 de “frequentíssimas [...], a maioria das vezes de carácter técnico”<sup>629</sup>. Entre os anos 1914 e 1923, a APT recebeu anualmente uma média de cerca de 50 000 queixas relativas a interrupções e avarias do sistema telefónico (Anexo S) as quais em alguns anos chegaram a atingir uma média diária superior às 140 reclamações. O pico máximo foi atingido em 1919, ano em que foram registadas mais de 70 000 reclamações, correspondendo a cerca de 200 queixas diárias<sup>630</sup>.

Confrontados com um serviço telefónico deficiente e propenso a avarias de longa duração (Portugal, 1948), tanto os clientes domésticos como os empresariais desenvolveram várias formas de pressão sobre a APT. No caso dos primeiros, a expressão do descontentamento exerceu-se através das já aludidas reclamações junto da APT, mas também das reclamações efetuadas através da imprensa, dos esforços de criação de uma associação de clientes e da instauração de processos judiciais.

Que a imprensa servia como instrumento de pressão prova-o, desde logo, uma notícia publicada em 1919 por *O Século*, que reportou que “todos os dias nos chegam novas reclamações contra o serviço dos telefones que, embora isso pareça incrível, todos os dias também piora” (“Serviço telefónico”, 1919d: 1). Esse mesmo jornal informou em 1921 que “se dessemos publicidade a todas as cartas que recebemos protestando [...], o nosso jornal teria um assunto único e poderia muito bem denominar-se órgão dos protestantes contra a companhia dos telefones” (“Os telefones”, 1921b: 1).

A continuada insatisfação com os serviços telefónicos, expressa no já referido pico de reclamações atingido em 1919, fez surgir em março desse ano a ideia dos assinantes da APT “constituírem uma associação, e, assim, mediante uma ação coletiva, coagirem a

---

<sup>629</sup> *Id.*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1919, de 30 de setembro de 1920, p. 27.

<sup>630</sup> *Id.*, fl. 20.

Companhia a melhorar os referidos serviços” (“Serviço telefónico”, 1919a: 1). Inicialmente apresentada na imprensa de forma anónima, tal ideia foi retomada, ainda em março de 1919, por Inácio Pimenta, que alvitrou “a convocação dos subscritores da Companhia dos Telefones a uma reunião para assentarem nas resoluções a tomar perante o péssimo serviço dos telefones” (“Os telefones”, 1919a: 2). A mesma ambição de concertação dos clientes foi defendida em junho daquele ano por A. Beauvalet, que via assim a forma dos assinantes “melhor fazerem valer o seu direito, em conjunto, contra a atitude verdadeiramente inqualificável da referida Companhia” (“Os telefones”, 1919b: 1).

Embora exista pouca informação sobre os processos instaurados por clientes da APT descontentes com o serviço que aquela lhes prestava, em 1923 a Companhia foi derrotada numa contenda judicial com um subscritor que fora processado por “se ter recusado a pagar à Companhia os dias em que o seu telefone, por qualquer motivo, esteve interrompido” (“Companhia dos Telefones. Uma causa”, 1923: 2).

Mais do que os clientes particulares ou domésticos, os subscritores comerciais terão, fruto dos recursos de que dispunham, exercido ainda maior pressão sobre a APT e também sobre o poder político. O seu descontentamento exprimiu-se através de cinco tipos de iniciativas: 1) as reclamações diretas junto da Companhia, às quais já aludimos anteriormente; 2) a denúncia pública da deficiência dos serviços prestados pela APT; 3) as reclamações efetuadas através da imprensa; 4) a instauração de processos judiciais contra a Companhia; 5) o recurso às associações sectoriais do comércio e da indústria.

Um primeiro caso de denúncia pública das deficiências do serviço prestado pela APT ocorreu em julho de 1915, tendo sido protagonizado pelas Fábricas Vulcano e Collares (FVC). Insatisfeita com o serviço da Companhia e com a sua incapacidade de atender às reclamações apresentadas, a direção da FVC, não só se queixou à Associação Industrial – que, por sua vez, reclamou junto do Ministro do Fomento “contra o mau serviço telefónico” (“A burla dos telefones”, 1915a: 2) – como fez publicar no *Diário de Notícias* um pequeno anúncio (Anexo Digital 37), através do qual deu nota do seu descontentamento e comunicou aos clientes que iria desligar os telefones da empresa<sup>631</sup>. O episódio da FVC não foi, todavia, um caso isolado. A interrupção do serviço telefónico era por vezes tão prolongada que alguns comerciantes chegaram a anunciar na imprensa quando os seus telefones voltavam a funcionar. Assim sucedeu com a Fábrica Âncora, em 1921 (Anexo Digital 38). Outras sociedades, recorreram aos anúncios na imprensa para evitar perder as encomendas que os clientes ficavam impedidos de fazer telefonicamente. Tal foi o caso da Casa das Tesouras, também em 1921, após uma avaria de 81 dias no seu telefone (Anexo Digital 39).

---

<sup>631</sup> Este episódio acabou por se mediatizar, tendo sido coberto por *A Luta* (“A burla dos telefones”, 1915b).

Os comerciantes clientes da APT recorreram não raras vezes à imprensa para reclamar do serviço ou para que aquela intercedesse junto da APT no sentido de resolver avarias recorrentes ou cuja realização se prolongava no tempo. Assim sucedeu, por exemplo, em 1921, como noticiou o *Jornal do Comércio* (“Telephones. Uma nova reclamação”, 1921: 1). Ao diretor do mesmo jornal escreveu, também em 1921, outro comerciante, indicando que “tendo esgotado todos os meios diretos para conseguir da Companhia dos Telefones a restauração do aparelho telefónico do nosso armazém [...], lembrámo-nos de nos dirigir a V., pedindo-lhe a sua amável interferência” (“Telephones”, 1921: 1).

Igualmente ilustrativo da contestação exercida pelos clientes comerciais da APT é o facto de em 1919 um desses subscritores ter tentado, pela primeira vez, uma “ação comercial contra a companhia, pedindo indemnizações de alguns contos por ter o seu telefone escangalhado durante 50 dias” (“O serviço dos telefones”, 1919b: 2). Três anos depois, a APT foi condenada, em primeira instância, ao pagamento de uma indemnização no valor de esc. 1 500\$00 (“A omnipotente”, 1922: 2).

O descontentamento dos clientes comerciais fez-se sobretudo sentir através da intervenção das principais entidades sectoriais, muito particularmente a Associação Industrial Portuguesa (AIP), a Associação Comercial de Lojistas de Lisboa (ACLL) e a Associação Comercial de Lisboa (ACL). Tais organismos agiram por vezes como seus representantes, nomeadamente junto do poder político. Assim sucedeu em 1915, quando a AIP entregou ao Governo, como referido, um dossier com “as reclamações feitas por diversas entidades do comércio e indústria” (“O ‘bluff’ dos telefones”, 1915: 1) e em 1918, quando a mesma AIP foi “pedir providências ao sr. ministro do comércio contra o péssimo serviço dos telefones em Lisboa” (“Associação Industrial Portuguesa”, 1918: 2).

No que se refere à ACLL, a ação junto do Governo iniciou-se ainda antes. De facto, em 1914 aquela entidade oficiara o Ministro do Fomento, solicitando, em face da falta de resposta da APT às reclamações apresentadas pelos seus associados, a sua intervenção (“Os telefones... fala o comércio”, 1917: 1). Quatro anos volvidos, a ACLL deliberou “solicitar a interferência do sr. secretário de Estado do Comércio, contra a forma irregularíssima como está sendo feito o serviço telefónico” (“Os telephones”, 1918b: 1). Também a ACL pressionou o Governo, tendo em 1918 solicitado a aplicação de sanções à APT<sup>632</sup>.

---

<sup>632</sup> Em 1918, Alberto Macieira, presidente da ACL, escreveu ao Secretário de Estado do Comércio, tendo referido que “estão sendo apresentados diariamente, na secretaria desta Associação Comercial, reclamações contra o serviço dos telefones de que é monopolizadora a ‘The-Anglo-Portuguese Telephone C<sup>o</sup>’. [...] Solicitar das «reclamações» pelo próprio serviço telefónico ou diretamente à Gerência providências, é trabalho geralmente inútil porque as mesmas, quando aparecem, se realmente chegam a aparecer, são tardias e ressentem-se de desdém que em absoluto todas as companhias monopolistas, [...] manifestam pelos interesses do público. Por tudo quanto fica exposto tenho a honra de chamar a atenção de V. Ex<sup>a</sup>., esperando que pelo

Na sua contestação e oposição à APT, as associações sectoriais funcionaram por vezes em bloco ou concertaram esforços com outras associações ou outras forças. Nesse âmbito, foi especialmente importante a ACL, sobretudo durante 1919, ano em que recebeu “diversas reclamações do comércio contra os serviços telefónicos” (“Chuva de reclamações”, 1919: 1). Nesse sentido, em junho reuniu com uma comissão de comerciantes que pretendia “iniciar um movimento de protesto contra a forma como estão sendo executados os serviços em referência e contra a elevação das atuais tarifas” (*id.*, *ibid.* Talvez por isso mesmo, a ACL promoveu um levantamento sobre o funcionamento dos serviços telefónicos na Holanda, Inglaterra, França e Espanha (“Os telefones em Lisboa”, 1919: 2). Em face dos aumentos tarifários de 1919, houve também movimentos internos na ACL no sentido de que fosse nomeada “uma comissão encarregada de alcançar o apoio das associações Comercial de Lojistas, Médicos Portugueses e Empresas jornalísticas a fim de impedir que novos aumentos se façam, seja qual for o pretexto” (“O serviço telefónico”, 1919a: 3). Nas duas décadas seguintes, a ACL opôs-se não só aos aumentos das tarifas, mas também à criação e implementação do novo sistema tarifário<sup>633</sup>, tendo obtido a atenção da imprensa para a causa<sup>634</sup>. Foi nesse sentido que em 1937 publicou a exposição que dirigiu à APT a propósito de um novo aumento decretado no ano anterior e da mudança do sistema tarifário, na qual defendeu uma posição contrária à da Companhia, baseada em parte nas “consultas a 83 câmaras de Comércio dos países mais importantes” (ACL, 1937: 3).

Ainda no âmbito da concertação associativa, em outubro de 1919, em reunião do conselho da AGCT, delegados das associações comercial, industrial e de agricultura apresentaram uma proposta no sentido de “que o público seja convidado por meio da imprensa a endereçar diretamente àquela administração geral todas as reclamações sobre irregularidades nos serviços da companhia dos telefones” (“Os serviços telefónicos”, 1919: 2), a qual foi aceite pelo administrador geral. No Porto, foi criada, presumivelmente em 1921<sup>635</sup>, uma comissão de defesa dos subscritores dos telefones (“Contra as tarifas dos telefones”, 1921), constituída, entre outros, “pelas Associações Comercial, do Ateneu,

---

respetivo serviço de fiscalização sejam tomadas sanções tendentes a melhorar tão importante ramo de serviço público” (“Os telefones”, 1918: 1).

<sup>633</sup> Em novembro de 1924, na sequência do decreto, posteriormente anulado, que concedeu um novo aumento tarifário à APT e a introdução do sistema de tarifa por chamada, Joaquim Roque da Fonseca (1891-1954), diretor da ACL, afirmou a *O Século* que “o ex-ministro do Comércio, sr. Pires Monteiro [...], já demissionário, teve a audácia de mandar para o «Diário do Governo» um decreto sobre telefones, que representa um verdadeiro escândalo” (“Associação Comercial de Lisboa”, 1924: 1).

<sup>634</sup> Em 1928, *A Situação* referiu-se-lhe num artigo intitulado “Muito ao contrário das afirmações da Anglo Portuguesa a grande maioria dos subscritores ficará altamente prejudicada” (Moniz, 1928c: 3), contrariando assim os argumentos da APT de que o novo regime de tarifas seria benéfico para os subscritores.

<sup>635</sup> Datam desse ano as primeiras notícias alusivas ao assunto.

Industrial, dos Comerciantes e Club Fenianos” (“As taxas telefónicas”, 1921: 2). Uma das suas iniciativas passou por enviar “ofícios a todos os deputados pelo Porto, para que levarem no parlamento o seu protesto contra o abusivo aumento das tarifas e o decreto que tal autoriza” (“Contra as tarifas dos telefones”, 1921: 2) e por “encarregar um advogado de defender os interesses dos subscritores junto dos tribunais, no caso de qualquer arbitrariedade por parte da Companhia” (“As taxas telefónicas”, 1921: 2). Em 1928, perante a prorrogação do contrato da APT e a alteração do regime tarifário para a tarifa por chamadas, opuseram-se de imediato as associações económicas de Lisboa – que se reuniram por convocatória da União dos Interesses Económicos (“Correios, telégrafos e telefones. O novo”, 1928) –, tendo oficiado o ministro do comércio no sentido de aquele “suspender tal promulgação até que tenham sido ouvidas as classes interessadas» (“Taxas telefónicas”, 1928: 5). Em resultado, o regime de tarifas fixas manteve-se até 1937.

O problema dos aumentos tarifários solicitados ao Governo pela APT foi, de resto, uma das questões em que as associações sectoriais foram mais contestatárias. Em 1923, em face de um novo agravamento tarifário, um comerciante delegado da ACLL pediu ao Governo que negasse a pretensão da APT, tendo denunciado a conduta da Companhia, nomeadamente a sua “péssima administração, despesas desnecessárias com o pessoal inglês, ruínosa aquisição de materiais, gastos fabulosos e improdutos”<sup>636</sup>. Denunciou também que a APT induzia o pessoal à greve para pressionar o Governo.

Além disso, e porventura mais preocupante para a APT, tais organismos ganharam especial protagonismo no processo de revisões tarifárias quando, em 1917, o Governo integrou a AIP e a ACL numa comissão constituída por representantes do Estado (Santos, 1922), solução que foi continuada nas décadas seguintes (ACL, 1937; Rollo, 2009b). Que as associações sectoriais eram importantes no referido processo, prova-o o facto de em 1925, no rescaldo da anulação de um decreto que instituía provisoriamente as tarifas por chamada (cf. VI.3.1.), António Maria da Silva, administrador-geral dos Correios e Telégrafos, ter aceite as reservas que a ACL, a ACLL e a AIP tinham colocado a tal sistema (Rollo, 2009b). Por outro lado, a contestação à APT por parte das associações sectoriais foi pontualmente fomentada pela própria imprensa, também ela, como organização, prejudicada pelo mau funcionamento dos serviços telefónicos ou pelo seu encarecimento. Veja-se o caso de *O Século*, que em 1917 perguntou se “não continuam também as associações industriais, comerciais e dos lojistas a não reparar que os seus consócios são prejudicados nos seus interesses porque uma companhia privilegiada faz o que quer em Lisboa, sobrando-lhe tempo para fazer o mesmo no Porto?” (“Os telefones”, 1917b: 1). Por

---

<sup>636</sup> AHFPC, A001092, *Revisão das Tarifas da APT efetuadas de 1918 a 1924*, Proposta do Delegado da Associação Comercial de Lojistas de Lisboa em 2 de março de 1923.

vezes, a imprensa secundou mesmo a contestação das associações sectoriais. Assim sucedeu em 1918 quando o *Diário Nacional* noticiou que “tem a Associação Comercial [de Lisboa] carradas de razão nas suas queixas, sendo muito de desejar que os poderes públicos intervenham efetivamente no assunto, procurando meter na ordem aquele serviço de interesse público, fiscalizado pelo Estado” (“Os telephones”, 1918b: 1).

#### V.2.6. Ambiente mediático

De entre os vários motivos que podem ter contribuído para que a APT investisse nas RP, a contestação mediática foi porventura o mais determinante, até porque, como já vimos, manifestou-se transversalmente na expressão da insatisfação de vários públicos relativamente à Companhia.

De facto, tendo como base o período de 1914 a 1928 (Anexo T), verifica-se que a APT foi, durante a Primeira República, sujeita a uma forte animosidade por parte da imprensa. Tal é ilustrado quantitativamente pelo elevado somatório de notícias desfavoráveis (30,96%), as quais representam mais do dobro das notícias favoráveis (13,60%), não negligenciando, contudo, uma clara maioria de notícias neutras (55,45%).

Cronologicamente, a frequência de notícias desfavoráveis parece ter aumentado a partir de 1915<sup>637</sup>, tendo atingido o pico em 1919 e permanecido dominante face às favoráveis – com duas únicas exceções (1925 e 1927) – até 1928. A partir de 1926, registou-se, contudo, um acentuado decréscimo de notícias desfavoráveis, tendência que foi interrompida em 1928, muito por fruto da campanha que *A Situação* conduziu contra a APT, episódio de que tratamos adiante. Tal decréscimo poderá estar relacionado com a extinção de periódicos republicanos que se deu nos anos 1920 (cf. IV.2.5.) – com maior incidência na primeira metade da década (60%) (Anexo U) –, decénio em que findaram a atividade 52% dos jornais dessa tendência que publicaram notícias sobre a APT durante o período em análise (Anexo 31).

Analisando a frequência de notícias e o seu tom em função da tendência editorial dos periódicos (Anexo V), verifica-se que, globalmente, as notícias desfavoráveis predominaram face às favoráveis. De forma desagregada, foram os jornais republicanos que publicaram a maioria das notícias desfavoráveis à APT (19,25% no total da amostra; 63% no total de notícias desfavoráveis) – a maioria deles fundados nos anos 1920 (47%) e 1910 (37%) (Anexo 32) –, o que compara com o menor peso, nesse âmbito, da imprensa de Informação

---

<sup>637</sup> A amostra de notícias que trabalhamos só se inicia em outubro de 1914, o que faz com que a comparação com 1915 (ano inteiro) não se faça com intervalos temporais idênticos. Como tal, não se pode com rigor determinar se o ano de 1915 marcou de facto um crescimento substancial das notícias desfavoráveis à APT.

Geral (4,75%) e da imprensa Monárquica (4,18%) e com a irrelevância da imprensa Sindicalista (0,90%).

Muito embora a imprensa Republicana tenha também concentrado o maior número de notícias favoráveis à APT (7,94% no total da amostra; 59% no total de notícias favoráveis), é muito relevante o facto das mesmas representarem menos de quase 1/3 das notícias desfavoráveis publicadas por essa mesma imprensa. Como seria expectável, a imprensa sindicalista não publicou qualquer notícia favorável à APT. A imprensa de Informação Geral optou predominantemente pela neutralidade face à APT (200 notícias neutras contra apenas 58 negativas), ainda que em segundo plano face à Republicana, que apesar de ter publicado mais notícias neutras (411), fê-lo com menor desequilíbrio face às notícias desfavoráveis (235).

A análise do tom das notícias em função dos periódicos em si (Anexo W) evidencia que os mais hostis à APT foram *O Século*<sup>638</sup> (com 6,47% do total de notícias desfavoráveis<sup>639</sup>) e o *Diário de Notícias* (4,01%). Embora esses mesmos jornais tenham também publicado o maior número de notícias favoráveis, fizeram-no, porém, com muito menor expressão percentual (2,95% cada).

Refira-se ainda que, em termos de cobertura noticiosa, foram também *O Século*<sup>640</sup> e o *Diário de Notícias* os jornais que maior volume noticioso geraram sobre a APT, tendo publicado, respetivamente, 30% e 22% do total de notícias publicadas pelos 70 jornais analisados, somando juntos 52% do universo.

Tematicamente, a maior parte das notícias que a imprensa publicou sobre a APT (Anexo X) prendeu-se com questões laborais e sociais (31,78%), o serviço telefónico (25,06%) e os tarifários e tarifas (18,35%). Já temas como o contrato com o Estado português (4,67%), a regulação da atividade da Companhia (1,39%) e a sua nacionalidade (0,25%) geraram uma bem menor produção noticiosa.

Quanto ao tom com que a imprensa tratou as temáticas referidas (Anexo X), verifica-se que em nenhuma delas predominaram as notícias favoráveis. Pelo contrário, foram predominantemente desfavoráveis as notícias sobre o serviço telefónico (16,22%) e a nacionalidade da APT (0,16%) e predominantemente neutras as referentes às questões laborais e sociais (25,88%), tarifários e tarifas (11,05%), outros (10,32%), contrato (2,78%) e regulação (0,98%). Considerando apenas as notícias desfavoráveis, verifica-se que a maioria daqueles estiveram, como notado, relacionadas com o serviço prestado e, com menor expressão, com os tarifários e tarifas (5,65%) e as questões de âmbito laboral e social (4,26%). Com ainda menor peso percentual, mas ainda assim relevantes

---

<sup>638</sup> Considerámos também a edição da noite de *O Século*.

<sup>639</sup> Somando a edição diurna com a edição da noite de *O Século*.

<sup>640</sup> Considerando também a edição da noite de *O Século*.

qualitativamente, foram as questões que se prendem com o contrato da APT com o Estado português (1,80%), a regulação governamental da atividade da Companhia (0,41%) e a sua nacionalidade (0,16%).

O estudo das fontes informativas que deram origem às notícias analisadas permite concluir (Anexo Y) que a maior parte daquelas teve origem na redação dos próprios jornais (19,33%), sendo consubstanciadas na opinião dos seus redatores, a que a acresce o facto de 95% (1161) do total de notícias publicadas não serem assinadas. Seguiram-se, em grandeza de volume noticioso, as fontes não identificadas (15,97%), a APT (15,07%), o pessoal da APT (14,50%) e as entidades oficiais (11,47%). Menos relevantes surgem as entidades não oficiais (8,44%), as entidades personalizadas (7,45%) e as entidades jornalísticas (3,03%).

A questão das fontes de informação adquire maior importância quando conjugada com o tom jornalístico das notícias sobre a APT a que deram origem, o que permite determinar quais as fontes favoráveis e desfavoráveis à Companhia. Nessa base, verifica-se, desde logo, que nenhuma fonte foi predominantemente<sup>641</sup> favorável à APT, tendo a Companhia, como fonte noticiosa, dado origem a notícias predominantemente neutras (7,62%), ainda que em percentagem próxima das favoráveis (6,63%), o que é bastante revelador da sua fragilidade face aos seus *stakeholders* e também da importância do investimento que veio a fazer na organização e nas práticas de RP. Como fontes predominantemente desfavoráveis destacaram-se os próprios jornais/opinião (13,76%) – observando-se que estes, como fonte, publicaram três vezes mais notícias desfavoráveis do que favoráveis (13,76% vs. 4,18%) –, as entidades personalizadas (3,77%) e as entidades jornalísticas (2,13%). Como fontes predominantemente neutras revelam-se as não identificadas (11,38%), o pessoal da APT (12,45%), as entidades oficiais (9,34%), a APT (7,62%) e as entidades não oficiais (5,81%).

Não obstante a importância da análise quantitativa da imprensa, a leitura qualitativa das notícias é relevante para a compreensão dos importantes fenómenos que se escondem sob o anonimato percentual das categorias genéricas. Revela não só as questões/temáticas concretas que suscitaram o negativismo da imprensa, mas também a forma através da qual esse tom desfavorável se manifestou, nomeadamente os títulos das peças jornalísticas e, sobretudo, as campanhas que foram desenvolvidas contra a APT por jornais de tendência republicana.

Tal como notado, a maioria das notícias desfavoráveis à APT prendeu-se com o serviço prestado (16,22%). Relativamente a essa questão, pesou, desde logo, a utilização crescente que, no início do século XX, os jornalistas passaram a fazer do telefone como instrumento

---

<sup>641</sup> Entende-se por dominante a fonte que publicou maior número de notícias numa das três categorias: favoráveis; desfavoráveis; neutras.

de trabalho (Lopes, 1921)<sup>642</sup>. Tal necessidade profissional era não raras vezes frustrada pelo deficiente funcionamento dos equipamentos, tal como ficou patente no episódio que envolveu, em janeiro de 1913, o afundamento do paquete Veronese. Pretendendo noticiar o acontecimento, alguns jornais da capital depararam-se com as deficiências do serviço telefónico entre Lisboa e Porto, facto que, aliás, noticiaram, tendo reportado que “num dia como o de hoje, em que toda a população de Lisboa estava ansiosa por saber notícias da horrorosa catástrofe que perto do Porto se estava desenrolando, não havia maneira de se arrancar uma palavra” (“O telefone de Lisboa-Porto”, 1913: 1).

Em 1914, *O Século* informou que a “Companhia julga-se em país conquistado e trata os subscritores pior do que se fossem seus criados” (“A Companhia dos Telefones”, 1914: 2), acrescentando que “há bastantes dias que mal podemos servir-nos dos telefones *d’O Século*” (*id.*, *ibid.*). Nesse mesmo ano, também *A Capital* se queixou publicamente (“O serviço telephonico em Lisboa”, 1914: 1). O facto de aquele jornal ter voltado à questão no mês seguinte (“O escândalo dos telefones”, 1914: 1) ilustra que o mau funcionamento dos telefones era algo recorrente nas redações. Se o tom crítico utilizado pelos jornais era por vezes irónico ou humorístico, como o ilustra uma notícia publicada em 1915 por *O Nacional* (“O nosso telephone”, 1915: 1), outros periódicos solidarizaram-se com os leitores por pura empatia quanto à impotência que sentiam face às deficiências do serviço da APT<sup>643</sup>. Ainda em 1915, *O País* apelou à intervenção do fiscal do Governo junto da companhia (“Os telefones”, 1915). Em 1916 foi *O Mundo* a queixar-se por diversas vezes das avarias telefónicas (“Telefones”, 1916a: 1) afirmando que “o público e a própria companhia deve compreender o transtorno que isto faz – principalmente a um jornal” (“Telefones”, 1916b: 1). O mesmo fizeram nesse ano *A Luta*, (“Telefones”, 1916d: 3) e o jornal *A Opinião*, que, face ao não funcionamento do seu telefone, informou que “a onnipotente Companhia que, entre nós, tem o monopólio dos *arames*, continua fazendo orelhas moucas às nossas reclamações. Já lá vão quatro dias – e nada de providências!” (“Continuamos sem telephone”, 1916: 1). Em 1917, registaram-se queixas noticiosas por parte do *Diário Nacional* (“Ainda o telephone”, 1917; “Um grevista precursor”, 1917: 1) e do *Diário de Notícias* (“O serviço dos telefones”, 1917: 2), jornal que dois anos depois informou que “pacientemente temos suportado numerosas faltas de serviço telefónico [...]. É impossível

---

<sup>642</sup> Sobre a importância do telefone para a imprensa no período em análise, veja-se também a notícia publicada em 1919 por *A Manhã* (“Telefones”, 1919). O telefone era também importante ao nível comercial, como noticiou o *Diário de Notícias* (“O serviço telefónico”, 1919d).

<sup>643</sup> Veja-se a notícia que *O Século* publicou sob o título “Contra os telefones”, no seguimento de uma carta de um leitor que dava nota do emudecimento do seu telefone, tendo informado que “a reclamação aqui fica, mas não espere o sr. Andrade por providências prontas, que as não terá. Pois se a nós tem sucedido o mesmo!” (“Contra os telefones”, 1915: 3).

calar agora as nossas reclamações desta vez formuladas perante o público” (“Serviço telefónico”, 1919a: 3). Nesse ano de 1919, o mesmo *O Século* que elogiara a APT quando um repórter se deslocara em março às respetivas instalações, noticiou que “por mais que seja malhar em ferro frio, malhamos sempre” (“Serviço telefónico”, 1919c: 1). Em causa estava um serviço que considerava “insuportável, se não cada vez mais insuportável” (*id.*, *ibid.*). Mais violenta foi a reação do mesmo jornal em outubro daquele ano, que se queixou de burla por parte da APT<sup>644</sup>.

A insatisfação da imprensa manteve-se até pelo menos aos anos 1930, como o ilustra uma notícia publicada pelo *Diário da Noite*, através da qual o jornal deu nota de que “na nossa redação, é um suplício primeiro que se consiga (quando se consegue) falar para qualquer lado” (“O suplício”, 1932: 4), tendo acrescentado que “pela nossa parte não estamos dispostos a consentir, com o nosso silêncio, na continuação de semelhante estado de coisas contra o qual nos revoltamos, e lavramos desde já o nosso mais indignado protesto” (*Id.*, *Ibid.*).

O desagrado da imprensa com o serviço da APT passou também pela relação por vezes tensa com os funcionários da Companhia. Ilustram-no bem três episódios. O primeiro foi noticiado em 1916 pelo *Diário Nacional*, que informou que:

Só faltava esta: as meninas do telefone declararam-nos guerra!

Pois é assim mesmo.

Que a direção da Companhia e quantos este público instrumento virem tenham conhecimento do seguinte:

O nosso amigo sr. dr. Magalhães Pessoa [...], querendo ontem fazer-nos uma comunicação e ignorando o n.º do nosso telefone, pediu à respetiva secção de reclamações o favor de lho dizer.

Resposta:

- **Não têm telefone nem queremos relações com esse jornal!** (“Telephonistas... adversárias!”, 1916: 1).

O segundo envolveu *O Mundo*, que, em outubro de 1922, desagrado com as demoras no estabelecimento das ligações telefónicas e com o atendimento prestado pelas

---

<sup>644</sup> Noticiou *O Século*: “Por que hesitar em dar às coisas o nome que têm? Burlando permanentemente os seus assinantes, que é o processo corrente da Companhia, o embotamento a que chegou de toda a espécie de sensibilidade não só a inibe de se corrigir como de compreender sequer que o serviço telefónico da imprensa deve ainda mais que qualquer outro ser objeto de particulares cuidados, pois com ele contendem não só os interesses dos jornais, já de si muito legítimos, como os de uma população inteira em forçada comunicação constante com os mesmos jornais. Para a Fiscalização das Indústrias Elétricas, para o governo, ou seja para quem for, apelamos, portanto. Na dúvida sobre se simplesmente para a polícia nos caberia fazê-lo, como vítimas do mais escandaloso conto do vigário em que jamais se viu enredada toda uma cidade” (“O Cúmulo!”, 1919: 1).

telefonistas, noticiou, em título, “Providências! Providências! Não é possível continuar a admitir a má criação das meninas dos telefones. O que se passa com os nossos telefones é simplesmente inacreditável” (“Providências!”, 1922: 1).

O terceiro teve como protagonista *O Libertador*, que em abril de 1924, justamente por causa das deficiências do serviço telefónico que o atingiam, ameaçou publicamente a APT, tendo informado que “a companhia já nos pagou uma indemnização, não repreenda as suas honestas empregadas e verá!?... Depois queixe-se. Nós não tememos os nativos, quanto mais os exóticos” (“Os telefones”, 1924a: 3). No mês seguinte, noticiou aquele jornal que “reclamámos para a encarregada do serviço norte, mas como era uma besta, respondeu aos coices. É uma mulher muito conhecida; só lhe falta morder...” (“Telefones”, 1924b: 2). O escalar da tensão entre a APT e *O Libertador* explica por que razão em junho do mesmo ano, a propósito do rumor da autorização pelo Governo da introdução das tarifas por chamada, o jornal avisou ameaçadoramente a Companhia, declarando que “ninguém queira sofrer o nosso ataque, porque não poupamos nada, e da nossa violência só deixamos ficar escombros. Cautela!” (“A Companhia dos Telefones”, 1924: 1).

Partindo da experiência própria, não foi difícil à imprensa denunciar periodicamente, e até sistematicamente, o mau funcionamento dos serviços da APT, concluindo, como fez o jornal *Os Ridículos*, em 1919, que “há na cidade de Lisboa dois serviços importantíssimos que são a vergonha das vergonhas! Os elétricos e os telefones!” (“Onde estarão ellas?”, 1919: 2), ou, como informou, também em 1919, o *Diário de Notícias*, ao reportar que “a direção da Companhia não se importa nem com o serviço nem com o público” (“O serviço telefónico”, 1919d: 2). Alguns jornais foram, aliás, ao encontro do desagrado dos leitores, tal como noticiou, ainda em 1919, *O Século*, ao informar que “o Século, quando reclama, nada mais faz do que interpretar o descontentamento de todos quantos, assinantes ou não assinantes, se veem obrigados a utilizarem-se dos telefones” (“Os telefones em Lisboa”, 1919: 2).

As notícias referentes às deficiências operacionais dos serviços telefónicos multiplicaram-se ao longo dos anos 1910 e 1920, tendo *O Mundo* informado em 1915 que “o clamor é geral. Todos protestam todos reclamam, todos gritam. O serviço dos telefones está insuportável” (“Telefones”, 1915: 1). Idêntica opinião tinha *O Século*, que em 1919 afirmou que “o telefone é um dos serviços públicos que entre nós nunca foi bom. Tem sido deficiente, tem sido mau e tem sido péssimo. De dia para dia vai indo de mal a pior. Presentemente não tem classificação possível” (“O telefone”, 1919: 1). Mais informou que “é absolutamente indispensável que, de uma vez para sempre, entre na ordem o novo instrumento de tortura que entre nós existe com o nome de telefone” (*id.*, *ibid.*). Um ano depois, o mesmo jornal noticiou que “habituada a proceder neste amável país como se estivesse num protetorado [...] quase não se passa uma semana sem que nos jornais apareça contra ela... uma reclamação justificada” (“Os serviços telefónicos em Lisboa”,

1920: 2). Também os jornais humorísticos, como *Os Ridículos*, ou os humoristas<sup>645</sup>, encontraram no serviço da APT o campo ideal para a caricatura (Anexo Digital 40) ou para a ironia, tendo o *Sempre Fixe* tratado do impacto da APT nos comerciantes através de um artigo publicado em 1928 sob o título “A Mortandade dos inocentes” (1928).

A imprensa ocupou-se também da relação da APT com os clientes. Em 1915, *A Luta* deu nota do “desprezo que a Companhia dos Telefones dedica às inúmeras reclamações que lhe têm dirigido a propósito da morosidade e incompetência com que o seu pessoal desempenha os serviços que lhe competem” (“A burla dos telefones”, 1915b: 2). Já *O Século* informou que as reclamações apresentadas pelos subscritores da APT não são atendidas porque “a companhia faz ouvidos de mercador” (“Contra o péssimo”, 1915: 1).

Inserir-se nesse contexto o facto de a imprensa ter nos anos 1910 e 1920 servido como elemento de incitação ao combate público e judicial à APT por parte dos seus clientes. Sobre a primeira questão, veja-se a notícia publicada em *O Jornal* com o título “os Telefones de Lisboa não falam!” e o subtítulo “É necessário iniciar-se em Lisboa um movimento de verdadeira resistência ao pouco cuidado que a Companhia tem pelos interesses dos seus subscritores” (“Os telefones de Lisboa não falam!”, 1915: s.p.). A segunda questão ficou bem expressa em fevereiro de 1922, data em que *A Imprensa da Manhã*, em comentário à carta que recebera de um médico<sup>646</sup> que se manifestava disposto a processar a companhia por se considerar “um dos subscritores mais roubados” (“A «lindeza» dos telefones”, 1922: 4), alvitrou: “Isso! Isso! Assim mesmo é que é. Para o tribunal. A Companhia dos Telefones não nos deve merecer a mínima consideração. Falha propositadamente aos seus compromissos? Tribunal” (*Id.*, *Ibid.*).

Os tarifários e tarifas foram o tema que, como notámos, gerou o segundo maior volume de notícias desfavoráveis à APT. A análise quantitativa esconde, contudo, o real impacto que a questão teve na contestação e na pressão mediática que afetou a Companhia. Com efeito, além das muitas notícias isoladas<sup>647</sup>, os aumentos tarifários foram responsáveis por

---

<sup>645</sup> Foi o caso de André Brun (1881-1926), através de um folheto que matinha no *Diário de Notícias* (Brun, 1924: 6).

<sup>646</sup> Eduardo Schiappa Monteiro.

<sup>647</sup> Veja-se a notícia que o *Correio da Manhã* publicou em fevereiro de 1922: “informa um colega que a Companhia dos Telefones tem a assombrosa pretensão de obter licença para aumentar ainda uma vez mais as suas tarifas! Não faltava mais nada! Contra semelhante propósito, se ele existe – o que parece inacreditável – erguemos desde já o nosso veemente protesto, e connosco todo o público, defraudado por uma empresa incompetente e desleixada, absolutamente incapaz de se desempenhar por uma forma tolerável dos importantes serviços de que se incumbiu” (“Não faltava mais!”, 1922: 2).

três campanhas de imprensa realizadas contra a APT durante o período em análise – todas elas concentradas num intervalo temporal de 11 anos –, tendo-se gorado outras duas<sup>648</sup>.

A primeira foi conduzida em 1922 por *A Imprensa da Manhã*, jornal que entre os dias 3 e 10 fevereiro, e numa cadênciã diária, publicou oito notícias extraordinariamente críticas para com a APT (Anexo Z), metade delas inseridas na primeira página. A iniciativa, que deu seguimento a uma notícia publicada pelo jornal no final de janeiro<sup>649</sup>, foi despoletada pela perspectiva de um novo aumento de tarifas, tendo ocorrido num contexto em que, como referiu o fiscal do Governo junto da APT, “todos tinham razão [...] em não estarem satisfeitos: o subscritor por pagar e não lhe darem um serviço razoável; a Companhia por deficiência de elementos técnicos com que lutava [...]; o pessoal pelos seus exíguos vencimentos”<sup>650</sup>. Segundo o mesmo, naquela “conjuntura era fácil criar-se uma atmosfera de malquerença e suspeições, permitindo que campanhas jornalísticas se ocupassem de criticar, bem injustamente por vezes, os serviços da Companhia”<sup>651</sup>.

A campanha em causa iniciou-se com uma destacada notícia colocada no topo da primeira página, através da qual *A Imprensa da Manhã* anunciou que pretendia recolher o testemunho de subscritores da APT descontentes com o serviço telefónico (“A companhia dos telefones”, 1922: 1).

Um dia depois, *A Imprensa da Manhã* publicou uma nova notícia sobre o serviço da APT, cujas deficiências considerou uma “patifaria” (“A beleza dos serviços”, 1922: 1) e um “espantoso crime” (*Id.*, *Ibid.*), tendo anunciado que “a Companhia dos Telefones ainda hoje não apanha artigo com capa de «asperges», porque a falta de espaço é muita. Vamos aos bocadinhos...” (*Id.*, *Ibid.*). No dia 5, fez eco de duas cartas submetidas à sua redação por subscritores da APT cujos telefones não funcionavam, desde logo avisando que “ainda hoje não vai o artigo *sacramental*. A Companhia não perde com a demora” (“Os «óptimos serviços»”, 1922a: 1). A notícia de dia 6 focou-se na descrição do contrato da APT com o Estado português e de como um comerciante ganhara uma ação judicial contra a

<sup>648</sup> *O Dia* ameaçou em 1918 desenvolver uma tal iniciativa devido às “inúmeras [...] reclamações que chegam a esta redação sobre o péssimo serviço dos telefones” (“Os telephones”, 1918c: 1). Informou então estar disposto “a fazer uma campanha aqui e onde for preciso para se rescindir o contrato que a Companhia dos Telefones tem desprezado e esfarrapado. Isto assim não pode continuar!” (*Id.*, *Ibid.*). Em julho de 1925, *O Primeiro de Janeiro* publicou cinco notícias contra a APT, mas não chegou a encetar uma campanha, não obstante tal hipótese ter sido aventada por um leitor (“Casos da rua”, 1925).

<sup>649</sup> No dia 31 de janeiro de 1922, *A Imprensa da Manhã* perguntou numa notícia breve se “não haverá meio de meter [a] Companhia na ordem?” (“Os telefones”, 1922a: 1), informando que “está uma verdadeira desgraça o serviço telefónico em Lisboa. Sobre a nossa mesa amontoam-se as reclamações contra a maneira como a companhia trata o público, não havendo forma de providências serem adotadas” (*Id.*, *Ibid.*).

<sup>650</sup> Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1921, de 30 de setembro de 1922, pp. 2-3.

<sup>651</sup> *Id.*, p. 3.

Companhia, instigando o jornal a “que todos os subscritores lesados fizessem como o sr. Martins Júnior e intentassem ações em juízo por perdas e danos contra a onipotente companhia” (“A onipotente”, 1922: 2). Também a notícia de dia 7 incitou à via judicial, enquanto a de dia 8 se focou especificamente nos aumentos tarifários (“A onde sobe”, 1922: 4). As duas últimas notícias da campanha consistiram num apelo direto à intervenção do Ministro do Comércio (“A Companhia dos telefones abusa”, 1922).

Seis anos depois, foi o republicano *A Situação* que através de Jorge Botelho Moniz (1898-1961), seu diretor, fez uma campanha de imprensa contra a APT (“Uma campanha”, 1928), realizada “só para inglês ver... que não faz farinha com os portugueses” (Moniz, 1928b: 3). Suportada pela distribuição de um panfleto no centro de Lisboa<sup>652</sup> e apoiada por alguns comerciantes e particulares (“O caso dos telefones”, 1928: 7) e, porventura, pela ACL e pela AIP (“Telefones”, 1928c: 5), a iniciativa visou combater o contrato de 1928, muito particularmente a instituição da tarifa por chamada<sup>653</sup>, desmentido os argumentos da APT.

Norteadada por esse objetivo, entre 16 e 25 de janeiro de 1928 *A Situação* publicou – à cadência de uma ou mais por dia/edição – um total de 14 notícias<sup>654</sup> (Anexo A’), algumas delas com grande destaque por ocuparem bastante espaço editorial, nomeadamente meia página ou mesmo uma página inteira.

Usando um tom acirrado (Cf. VI.3.5), Botelho Moniz (1928a) considerou que a tarifa por chamadas era uma extorsão, tendo invetivado a APT – “ou respeitam os seus deveres, ou o Governo, com a Lei nas mãos, lhes aplica as sanções merecidas” (*Id.*, *ibid.*) –, e apelado à intervenção do Ministro do Comércio (Moniz, 1928b). A pressão que *A Situação* exerceu sobre o Governo e sobre a APT acabou por ditar a demissão, voluntária, de Jorge Botelho Moniz (Cf.. VI.3.5.).

A terceira, e mais longa, campanha decorreu entre abril e junho de 1932, período em que o republicano *Diário da Noite*<sup>655</sup> publicou 36 notícias sobre a APT, muitas delas enquadradas por títulos sensacionalistas e portadoras de um forte tom acusatório (Anexo B’) e interpelativo<sup>656</sup>, e oito com relevo de primeira página. Despoletada por um pedido de

<sup>652</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1913-1928], s.p.)

<sup>653</sup> Segundo Santos (1999), em resultado a APT conheceu “dez anos de constantes ataques da opinião pública, acusando a companhia de ganhar muito dinheiro, através de aumentos exorbitantes” (p. 168).

<sup>654</sup> Fora da campanha foram publicadas as seguintes notícias: “Jorge Botelho Moniz” (1928a; 1928b), “Telefones” (1928c), “Os telefones” (1928), “Administração de ‘A Situação’” (1928), “A questão dos telefones” (1928) e “A saída de Botelho Moniz”.

<sup>655</sup> O *Diário da Noite*, jornal republicano, publicou-se em Lisboa entre 1932 e 1933.

<sup>656</sup> Em maio de 1932 o *Diário da Noite* informou: “desejamos um inquérito e as tarifas mais baixas, ouviram, srs. da Companhia?!” (“A Companhia dos Telefones. Pugnando”, 1932: 5). Na mesma notícia, o jornal, aproveitando uma linha de comunicação utilizada pela APT numa campanha de angariação de assinantes, apelou a que “sejam também os gerentes da C.<sup>a</sup> do seu tempo, apresentando a tempo, porque já é tempo disso,

aumento das tarifas, e tendo por base a insatisfação do jornal com o seu serviço telefónico, o propósito dessa “campanha patriótica” (“Campaha Patriotica. As mentirosas”, 1932: 5) foi “mostrar [...] ao público, em geral, e à comissão de técnicos<sup>657</sup>, em especial, a sem razão que assiste à britânica Companhia dos Telefones no seu pedido de aumento de tarifas” (“Companhia dos Telefones. Prosseguindo”, 1932: 1).

Como traços distintivos face às anteriores, a campanha foi marcada pelo ataque à administração da APT, tendo-se advogado o seu afastamento<sup>658</sup> (“Campanha patriótica”, 1932) – por ser considerada corrupta e por praticar uma gestão “perdulária e ruinosa” (“Companhia dos Telefones. Prosseguindo”, 1932: 1) –, pela exigência de um inquérito às contas da Companhia (“A Companhia dos Telefones. Pugnando”, 1932) e também pelas críticas ao seu Secretário, responsável pelas RP, que o jornal tentou virar contra a Companhia, explorando os desequilíbrios salariais entre aquele e os diretores ingleses (“Uma campanha patriótica. Comentários”, 1932). Ainda que não seja possível estabelecer uma relação de causa efeito com a campanha do *Diário da Noite*, em maio de 1932 a comissão técnica nomeada pelo governo para se pronunciar sobre o aumento de tarifas solicitado pela ATP entregou apresentou um relatório contrário a tal pretensão. Em consequência, o ministro do Comércio indeferiu o agravamento (“Companhia dos Telefones. Foi aprovado”, 1932)..

Quanto às questões laborais e sociais, constituíram notícias desfavoráveis à APT as já aludidas greves – por vezes incentivadas pela imprensa<sup>659</sup> – e reivindicações laborais, as práticas remuneratórias, as condições de trabalho, as relações laborais e a proibição matrimonial. Constitui exemplo do tom crítico que a imprensa adotou face aos conflitos laborais a notícia que *A Capital* publicou em 1920 a propósito da greve do pessoal da APT, tendo informado que “a companhia cruza os braços, mantém-se irredutível e não se importa com esse público [clientes], à custa de quem vive no fim de contas e à custa de quem dá um dividendo, que não deixa de ser compensador aos acionistas” (“Quando se restabelece”, 1920: 1). Sobre a remuneração dos funcionários da APT, veja-se, por exemplo, a notícia

---

todas as suas contas, todos os seus atos mas, por forma iniludível” (*Id.*, *ibid.*). Dias depois, o *Diário da Noite* voltou a invetivar a APT: “ouviram, srs. da C.<sup>a</sup> dos Telefones: desejamos um inquérito rigorosíssimo aos vossos atos ruinosos e perdulários; queremos o abaixamento das tarifas em vigor; queremos o *rigoroso cumprimento do contrato!*” (“Uma campanha patriótica. Prosseguindo”, 1932: 4).

<sup>657</sup> Para apreciar o pedido de aumento tarifário solicitado pela APT o Governo nomeara uma comissão técnica.

<sup>658</sup> O *Diário da Noite* procurou demonstrar a existência de uma gestão “perdulária e ruinosa” (“Companhia dos Telefones: a perdulária”, 1932: 1), e corrupta, que pretendia “apenas enriquecer os seus diretores à custa das exorbitantes taxas que arranca em Portugal” (“A Companhia dos Telefones procura”, 1932: 4).

<sup>659</sup> Veja-se uma notícia publicada por *A Capital* durante a greve de 1910: “farto de reclamar contra a quase escravidão a que estava sujeito, cansado de esperar uma relativa melhoria de ordenados e de horas de trabalho, encorajado pela simpatia da imprensa e orientado pelo exemplo de outros companheiros de lutas, o pessoal masculino da Companhia dos Telefones abandonou hoje o trabalho” (“Falamos os telephonistas”, 1910: 2).

publicada em 1922 por *O Século*, que reportou que “a Companhia dos Telefones tem aumentado os preços quanto tem querido, mas, [...], paga ao pessoal de tal maneira que só quem de todo em todo é incapaz para coisa que preste se demora ao serviço da Companhia” (“Está lá?”, 1922: 2). Dessa mesma questão e das condições de trabalho das telefonistas e do impacto do mesmo na sua saúde, com ênfase na tuberculose<sup>660</sup>, deu nota *A Capital* através de um repórter anónimo que em 1917 visitou a estação central da APT (“Que número deseja?”, 1917: 2).

Para aquele mesmo jornal, escrevera, também em 1917, uma ex-funcionária da APT, queixando-se da “verdadeira exploração ao trabalho da mulher” (“O serviço telephónico em Lisboa”, 1917: 2). Nesse ano, para distinguir e retribuir os bons préstimos das telefonistas durante o golpe de estado de dezembro, *O Século*, o *Diário de Notícias* e *O Dia* levaram a cabo subscrições públicas a favor das empregadas da companhia, tendo o primeiro dos três jornais noticiado a que a direção da APT tinha “o dever iniludível de olhar para a mísera situação do seu pessoal” (“O serviço dos telefones. ‘O Século’”, 1917: 1). Das relações laborais deu nota, por exemplo, *A Batalha*, que em 1925 se referiu ao “queixume amargo do pessoal telefónico que está sendo vítima da rapacidade e índole maldosa dum engenheiro [da APT no Porto] sem escrúpulos” (“Carta do Porto”, 1925: 4). Também a proibição matrimonial imposta às telefonistas foi tratada noticiosamente por vários jornais, nomeadamente o *República*, que em 1920 informou que “como já não existem conventos, os papás ciosos de suas filhas, poderão dizer-lhes de futuro, parafraseando o prazer de *Shakespiér* [sic]: - Vai para a Companhia dos Telefones!...” (“As meninas dos telefones”, 1920: 1). Um ano depois, uma cronista feminina de *O Século* perguntou “em que razão se fundará a Companhia dos Telefones para não aceitar ao seu serviço senão raparigas solteiras?” (Lúcia, 1921: 1). Em 1925, o *Diário de Lisboa* tituló “o amor proibido. Não podem casar cerca de 500 meninas dos telefones” (“O amor proibido”, 1925: 4). *A Tarde*, por seu lado, perguntou em 1926, em título, “Porque é que as «meninas» dos telefones não podem casar?” (“Porque é que as «meninas»”, 1926: 1), informando que “se fizeste voto de castidade vai para a Companhia dos Telefones” (*Id.*, *ibid.*) e concluindo que “aquilo não é uma companhia, é um verdadeiro convento da Companhia de Jesus” (*Id.*, p. 4).

Embora com muito menor expressão percentual, foram também foco de notícias desfavoráveis os sucessivos contratos firmados entre a APT e o Estado português, a regulação governamental da atividade da Companhia e a sua nacionalidade.

A primeira questão terá colocado enorme pressão à APT pois a imprensa não só denunciou periodicamente o incumprimento do contrato por parte da Companhia, vendo-o

---

<sup>660</sup> A prevalência da tuberculose entre as telefonistas foi atribuída por alguns jornais à excessiva carga horária ao serviço da APT. Em 1922, *O Século* informou que “as oito horas de serviço da telefonista são mais pesadas do que as oito horas de trabalho de um cavador, eis a razão” (“A tuberculose”, 1922: 1).

como desfavorável para o Estado e para os subscritores – ao que não foram por vezes alheias razões ideológicas da República<sup>661</sup> –, como, sobretudo, apelou por variadas vezes para a intervenção do Governo no sentido de dar por findo o vínculo contratual. As primeiras notícias sobre o incumprimento remontam a 1916, através de *O Mundo* (“Abusos da Companhia”, 1916: 2). Foi, contudo, nos anos imediatamente seguintes que as posições se extremaram, tendo *O Século* defendido em 1917 a rescisão do contrato e advogado mesmo que o Estado se substituísse à companhia<sup>662</sup>. O apelo à nacionalização foi retomado em 1918 pelo *Diário de Notícias* (“Telefones”, 1918: 1) e também por *O Dia*. Este último, considerando que “isto [serviço telefónico] já não tem remédio de paliativos” (“Os telephones”, 1918c: 1), defendeu que “quando os contratos se não cumprem rescindem-se” (*id.*, *ibid.*), tendo adiantado que o Governo possuía “elementos bastantes para estudar a oficialização deste serviço, de que se está fazendo uma exploração mais do que abusiva, até nos preços!” (*id.*, *ibid.*). Em face das referidas fragilidades do contrato de concessão, tais notícias eram potencialmente ameaçadoras para a APT, sobretudo porque a partir de 1915 alguns jornais sugeriram, exigiram ou incentivaram a constituição de empresas concorrentes, posição que, como referimos, teve também expressão parlamentar. Assim, em 1915 o *Jornal* interrogou “porque se não há de, pois, em benefício do público, promover e levar a cabo a organização duma nova empresa<sup>663</sup>, que nos liberte definitivamente dos inconvenientes duma companhia única, cujo péssimo serviço não pode de maneira nenhuma agradar a ninguém?” (“Os telefones de Lisboa não falam!”, 1915: s.p). Nesse mesmo ano, o *República* anunciou sob o título “O castigo, uma nova companhia” (“O castigo”, 1915: 1) que a APT “que até agora tem estado sozinha em campo, vai ter uma competidora” e que “a negregada tirania das meninas dos telefones vai ter um termo. *Rira bien qui rira le dernier...*” (*id.*, *ibid.*), tendo coligido declarações anónimas de um dos pretensos fundadores. Tal questão voltou a colocar-se em 1917 quando *O Século* argumentou que “se a companhia não quer ou não pode cumprir o contrato, o governo tem por dever acabar com a proteção que lhe dispensa e deixar que se estabeleçam outras empresas que explorem o mesmo ramo de negócio” (“Os telefones”, 1917a: 1). Em 1919,

---

<sup>661</sup> O facto de o contrato com a APT remontar à Monarquia parece ter tido impacto na perceção negativa que a imprensa tinha da Companhia, pelo menos nos primeiros anos da República. Tal se parece inferir, indiretamente, da breve publicada por *O Mundo*, que em 1916, a propósito das deficiências do serviço, noticiou que “os subscritores que pagam a sua assinatura é que não podem estar sujeitos a esse tratamento. Que sistema ficou da monarquia – tratem os que pagam como criados...” (“Meninas do telefone”, 1916: 1).

<sup>662</sup> Informou *O Século* que “continua o Estado [...] a perder a única boa oportunidade de rescindir tão nefasto contrato, tomar conta [...] desse tão importante serviço” (“Os telefones”, 1917b: 1).

<sup>663</sup> Esta notícia levanta algumas hipóteses para a constituição de alternativa à APT, desde a sua substituição pelas associações comerciais e industriais até à municipalização dos serviços.

em face da hipótese de constituição de uma nova companhia no Porto, *O Tempo* defendeu que “venha, pois, a nova Empresa! Toda a cidade a receberá com o maior entusiasmo”<sup>664</sup>.

Embora a APT não controlasse a regulação estatal da sua atividade, particularmente o desempenho do fiscal do Governo, algumas das notícias relativas a tais questões foram-lhe desfavoráveis. A questão colocou-se primeiramente em 1915, data em que *A Luta*, num artigo intitulado “A burla dos telefones”, advogou – a propósito do já aludido episódio envolvendo Carlos Alfredo da Silva – a intervenção do Governo<sup>665</sup>. Tendo perguntado o “que faz o governo que não mete na ordem a Companhia? Estamos então em terra de cafres, ou isto é feudo da Companhia dos Telefones?” (“A burla dos telefones”, 1915a: 2), respondeu que “não! É preciso acabar, mas de vez, com essa chuchadeira, pôr cobro ao desaforo da Companhia, que escandalosamente está prejudicando os que abarrotam os seus cofres” (*Id.*, *Ibid.*).

Perante as deficiências do serviço telefónico, a partir de 1918 a imprensa passou a questionar o papel do fiscal, coresponsabilizando-o. Só nesse ano, três jornais invetivaram-no diretamente. Começou o *Diário Nacional* (“Os telephones”, 1918a), ao qual se seguiu *O Dia*, que perguntou se “não há um comissário do governo na Companhia dos Telefones? Não sabe o que se passa?” (“Os telephones”, 1918d: 1), acrescentando que “hão-de pedir-se na câmara [dos deputados] os seus relatórios, para se ver como esse funcionário, que não sabemos quem seja, justifica o vencimento que recebe pelo seu lugar” (*Id.*, *Ibid.*). Também *A Manhã* se referiu criticamente ao fiscal<sup>666</sup>. A pressão da imprensa terá, aliás, estado na origem do pedido de exoneração do mesmo, apresentado em fevereiro de 1919 (“Pedido de exoneração”, 1919). O fiscal que lhe sucedeu em outubro desse ano<sup>667</sup> teve, porém, de enfrentar uma oposição ainda mais agressiva (Cap. VI).

O facto de a APT ter capitais britânicos, custou-lhe também várias notícias desfavoráveis. Os primeiros sinais dessa animosidade surgiram em 1915, através de *O Paiz* (“Estrangeiros em Portugal”, 1915), mas ganharam maior expressão durante os anos 1920. Em 1921, foram publicadas duas notícias sobre essa temática, ambas por *A Pátria*. A primeira teve como fonte de informação um investidor que, entrevistado pelo jornal a propósito de um novo aumento de tarifas telefónicas, declarou que “o mal todo está no facto de a companhia

---

<sup>664</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 1 (1914-1922), notícia publicada em *O Tempo*, em 11/01/1919.

<sup>665</sup> O jornal *A Luta* levou mesmo a questão ao Ministro do Fomento, que tinha a tutela das comunicações, tendo-o invetivado no parlamento através de “um deputado nosso amigo” (“Contra o péssimo”, 1915: 1).

<sup>666</sup> Informou que “o governo tem de intervir, sendo nesta hora legítimo perguntar que faz o delegado do governo, ou se o facto da Companhia ser estrangeira lhe dá o direito de proceder de uma maneira sobranceira sobre as pobres vítimas da sua incúria que somos nós todos. (“Telephones. Um serviço horroroso”, 1918: 1).

<sup>667</sup> Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1919, de 30 de setembro de 1920.

ser estrangeira. [...] Este dinheiro que nos vêm tirar é para ir para Inglaterra, em especial, para acionistas à Libra” (“Dentro de 15 dias...”, 1921: 1). A segunda foi publicada no dia seguinte, tendo *A Pátria* noticiado que “a companhia, com um desplante que entre nós só é permitido aos estrangeiros, em vez de melhorar os serviços para merecer uma paga exagerada, atreve-se a querer extorquir mais avultada quantia (“Os telefones”, 1921a: 1), acrescentando que “não pode ser. Por enquanto Portugal é ainda um país independente e a opinião pública estigmatizará quem quer que pretenda patrocinar o abuso” (*Id., Ibid.*).

Em 1922, há registo de pelo menos quatro notícias sobre esta temática, todas elas desfavoráveis à APT. A primeira foi publicada por *A Imprensa da Manhã*, que reportou que “a Companhia dos Telefones, potentado inglês dentro do Estado Português, continua lançando ao mais claro abandono os serviços a que se obrigou a desempenhar, por contrato estabelecido com o nosso governo” (“A Companhia dos Telefones abusa”, 1922: 2). *O Século* perguntou “se em Inglaterra se consentiria um tal serviço, a tal preço, a receber do Estado todas as atenções e todos os favores” (“Está lá”, 1922: 2) e *A Pátria* noticiou que “há quem diga que a culpa não deve ir toda para essas *meninas* que, por seu turno, são também vítimas das deficiências de organização da empresa, que é inglesa para os efeitos da arrecadação dos dinheiros dos subscritores e *portuguesíssima* nos efeitos, nos abusos que pratica” (“Instrumento de suplício”, 1922: 1). A fechar o ano, aquele mesmo jornal noticiou que “o serviço de telefone, em Portugal, começa por estar a cargo duma companhia inglesa no rótulo, *portuguesíssima* no descaro com que trata as pessoas dos seus assinantes” (“Os telefones”, 1922b: 2) e que a APT “trata os seus clientes com a sem cerimónia de quem se julga em terreno conquistado ou cobra direito de palhota em país selvagem” (*Id., Ibid.*).

A questão da nacionalidade regressou em 1923, através de *O Século*, por a APT ter cortado os telefones ao Comissariado Geral da Polícia, no Porto, devido a atrasos no pagamento dos mesmos (“Reclamação justa”, 1923: 2). Em 1925, a propósito das deficiências nos seus telefones, *O Rebate* informou que “parece que a paciência do subscritor tem uns certos limites que não devem ser ultrapassados por companhias que porventura se julguem em país conquistado. A não ser que, sendo a companhia inglesa, tenha já a certeza de que *isto* é roupa de franceses” (“Serviço de telefones”, 1925: 2).

A referida temática parece ter-se desvanecido na segunda metade dos anos 1920, tendo surgido, porém, em 1932, quando o *Diário da Noite* invetivou a APT, afirmando que “Portugal não é, nem nunca será, colónia inglesa. Entendidos?!” (“A Companhia dos Telefones. Pugnando”, 1932: 5).

As notícias desfavoráveis à APT foram em alguns casos introduzidas por títulos depreciativos, os quais foram ainda mais contundentes durante as aludidas campanhas de imprensa. O levantamento dos títulos mais agressivos utilizados fora do âmbito dessas

campanhas (Anexo C'), alguns deles associados a notícias de primeira página, revela que o fenómeno, ainda que iniciado em 1915, intensificou-se na primeira metade dos anos 1920, tendo decaído a partir de 1925. A maioria dos títulos em causa proveio de jornais republicanos (71%), sem excluir os periódicos de informação geral (14%) e, com menor relevância, os monárquicos (7%) e os sindicalistas (7%).

Quanto às aludidas fontes de informação, vale a pena referir as entidades não oficiais, as quais, apesar de serem uma fonte predominantemente neutra, originaram uma parte significativa das notícias negativas. Destacou-se o presidente da ACL, cujas declarações à imprensa tiveram por vezes honras de primeira página (“Os Telefones. O contracto”, 1928).

### V.2.7. Cultura empresarial

As diferentes formas de contestação, interna e externa, que a APT sofreu ao longo do período considerado decorreram em parte da sua cultura empresarial, a qual traduz, hipoteticamente, uma visão assimétrica das RP (cf. Cap. II).

Muito embora os condicionalismos de espaço e de tempo inviabilizem uma análise sistematizada da questão, a referida cultura pode ser inferida a partir das posições manifestadas por diferentes públicos da Companhia, incluindo os trabalhadores e as suas associações de classe e sindicatos, os clientes, as associações sectoriais e a imprensa.

Nesse enquadramento, desenha-se uma cultura pontuada por algumas características atribuídas à visão assimétrica das RP (Cap. II). Consubstancia-a uma atitude autocrática e autoritária<sup>668</sup>, o que é visível na arbitrariedade, na injustiça (“A nossa semana”, 1932) e nos caprichos das “instâncias superiores”<sup>669</sup>, na desigualdade negocial<sup>670</sup>, na verbalização<sup>671</sup> e

<sup>668</sup> Vejam-se as declarações do Secretário da APT sobre as uniões ilegais das telefonistas. Afirmou aquele que “a companhia é severa. O porte moral das suas empregadas é tomado em muita consideração. À menor falta que chegue ao nosso conhecimento, a empregada é despedida” (“Porque é que as meninas”, 1926: 4). O autoritarismo está também patente numa Ordem de Serviço de 1927 que determinou que “a Companhia despedirá qualquer empregado que encontre em falta de observância da presente ordem de serviço visto que não pode ter consideração por indivíduos que não saibam manter o seu próprio prestígio pessoal” (Cf. AHFPC, A001634, Livro de Ordens de Serviço, 1920-1949, Espólio APT, SO n.º. 3266, de 10 de agosto de 1927, p. 9).

<sup>669</sup> ANTT, SGPMC, Gab. do Presidente, cx. 37, proc. 339/18, n.º 2, carta da Direção do SNTOCDL ao Presidente do Conselho, de 12 de junho de 1940, fl. 2.

<sup>670</sup> Veja-se a posição do SNTOCDL, que, a propósito do contrato que a APT impunha às telefonistas que se casassem, perguntou “Não representará ele a cruel e bárbara tirania de uma parte e a escravidão de outra?” (*Id.*, fl. 17).

<sup>671</sup> Vejam-se as declarações do SNTOCDL a propósito do despedimento de 300 empregados pela APT, em 1938, a qual foi travada pelo Instituto Nacional do Trabalho (INT): “um administrador da Companhia declarou então que faria todos os possíveis para despedir pessoal pela menor falta no serviço. E não se pense que essa declaração foi feita em segredo. Não, esse senhor nem soube ser um pouco modesto e diplomata” (*Id.*, fl. 4).

formalização<sup>672</sup> de ameaças pela administração, no primado da disciplina<sup>673</sup> e na imposição de medidas “draconiana[s]”<sup>674</sup>, como a já aludida proibição de casamento das telefonistas e a aplicação de multas<sup>675</sup>, de castigos<sup>676</sup>, de punições<sup>677</sup>, de sanções<sup>678</sup> e de perseguições<sup>679</sup> pelas chefias.

<sup>672</sup> O ano de 1911 foi especialmente profícuo neste domínio. Em junho, uma OS, emitida a propósito das queixas que a Companhia recebeu sobre o mau serviço telefónico, informou o Chefe do Serviço de Tráfego que “de futuro no caso de qualquer irregularidade ou mau serviço proceder-se-á rigorosamente contra os responsáveis” (AHFPC, A001633, Livro de Ordens de Serviço, 1911-1927, Espólio APT, OS n.º. 2857, de 30 de junho de 1911, p. 35). Em julho, a propósito do desleixo das telefonistas, o gerente da APT avisou o Chefe da Estação da Cruz Quebrada de estar “resolvido a proceder rigorosamente e de maneira a pôr cobro a semelhantes abusos” (*Id.*, OS n.º. 2861, de 4 de julho de 1911, p. 39). Em novembro, as medidas tomadas pela administração da APT radicalizaram-se face às constantes reclamações dos clientes, a qual determinou o congelamento dos ordenados às empregadas das estações até que as reclamações dos subscritores cessassem, tendo ameaçado com novas sanções” (*Id.*, OS n.º. 2929, de 8 de novembro de 1911).

<sup>673</sup> O primado da disciplina encontra-se patente numa OS em que a administração da APT, a propósito das reclamações apresentadas pelo pessoal ao Sindicato, comunicou que “de futuro as mesmas lhe sejam feitas pelo pessoal, por intermédio dos Chefes das Secções, como manda a boa disciplina” (AHFPC, A001634, Livro de Ordens de Serviço, 1920-1949, Espólio APT, OS n.º. 3635, de 8 de abril de 1936, s.p.). Em 1940, o SNTOCDL afirmava, em carta ao Presidente do Conselho de Ministros, que a Direção da APT “não sente já a necessidade humana de ganhar a simpatia e coração do seu pessoal, muito em contrapartida, pretende apenas imperar lançado mão numa disciplina bizantina e autoritária” (*Id.*, fl. 5). A disciplina incluía, por exemplo, a regulamentação das horas em que os trabalhadores podiam utilizar os elevadores da sede da Companhia (*Id.*, SO n.º. 3330, de 11 de maio de 1929, p. 24; *Id.*, OS 3474, de 8 de setembro de 1934, p. 110).

<sup>674</sup> *Id.*, fl. 16.

<sup>675</sup> Vejam-se as queixas que uma comissão de telefonistas da APT fez em 1913, ao afirmar que “não podemos reclamar, não nos podemos queixar [...] Por qualquer coisa somos castigadas com multas e... bico calado: somos suspensas, quando não demitidas” (“Às telefonistas do Porto”, 1913: 1).

<sup>676</sup> Veja-se a notícia publicada em 1915 pelo *Diário de Notícias*, na qual o jornal refere que “para poderem ser corrigidas as faltas, quando partem do pessoal, o sr. Frick pediu-nos para lembrarmos aos nossos leitores o favor de formularem as suas reclamações concretas, para que a Companhia possa providenciar conscientemente, castigando aqueles que prevaricarem” (“O serviço telefónico”, 1915: 3). Em 1927, o Administrador Geral da APT emitiu uma OS através da qual comunicou que “qualquer guarda-fio encontrado a usar alicates para as porcas das caixas terminais nos postes ou nas casas em vez de chaves especialmente dadas para este trabalho será severamente castigado” (AHFPC, A001633, Livro de Ordens de Serviço, 1911-1927, Espólio APT, OS n.º. 3254, de 18 de fevereiro de 1927, p. 419). Veja-se também uma notícia de 1932 que deu nota da “exageradíssima disciplina que [a chefe das estações da APT] é forçada a impor a ponto de ter despedido uma empregada a quem levou à bofetada desde o 4.º andar até à porta do edifício da rua Nova da Trindade, ação que ainda rendeu uma repreensão pela gerência ao empregado que comentou tão *humana* maneira de despedir” (“Uma campanha patriótica. A Companhia”, 1932: 4).

<sup>677</sup> Santos (1999) referiu que num livro de estilo destinado às vigilantes de telefonista “incitava-se à punição em caso de qualquer falha, mesmo pequena, não atendendo à ligação interpessoal” (p. 169).

<sup>678</sup> Numa OS de 1948, relativa a gratificações indevidas aceites pelos trabalhadores da APT, o Administrador Geral da APT preveniu que ficavam os “infratores sujeitos a severas sanções” (AHFPC, A001634, Livro de Ordens de Serviço, 1920-1949, Espólio APT, OS n.º. 43, de 26 de janeiro de 1948, p. 420)

A cultura era também visivelmente centralizada<sup>680</sup>, mecânica – porque “racional, metódica, cronométrica e consciente”<sup>681</sup>, fria e geométrica<sup>682</sup> –, não dialogante<sup>683</sup>, elitista<sup>684</sup>, orientada para o interior<sup>685</sup> e focada na eficiência<sup>686</sup>, sendo baseada no “mito da ganância e do lucro”<sup>687</sup>. Tal cultura tinha origem na administração da Companhia, que era inglesa, tal como reportou o fiscal do Governo ao comunicar, em 1922, que “o número de empregados ingleses [...] eram em número de 1 e ocupavam os lugares de mais relevo e importância”<sup>688</sup>.

#### V.2.8. Ambiente concorrencial

Embora operasse em regime de monopólio, a APT debateu-se com a ameaça de concorrência em dois campos distintos.

---

<sup>679</sup> Veja-se uma notícia sobre uma reunião da assembleia do pessoal da APT, na qual foi deliberado “não aceitar a demissão [do presidente da direção] e reclamar junto da direção da Companhia contra as perseguições de que esse elemento vem sendo vítima, razão apontada para o pedido de demissão” (“O pessoal dos telefones resolveu”, 1924:2).

<sup>680</sup> Segundo o SNTOCDL, a APT desprezava “o mérito profissional e as qualidades de zelo e dedicação pelo serviço” (ANTT, SGPMC, Gab. do Presidente, cx. 37, proc. 339/18, n.º 2, carta da Direção do SNTOCDL ao Presidente do Conselho, de 25 de setembro de 1941, fl. 25).

<sup>681</sup> ANTT, SGPMC, Gab. do Presidente, cx. 37, proc. 339/18, n.º 2, carta da Direção do SNTOCDL ao Presidente do Conselho, de 12 de junho de 1940, fl. 4.

<sup>682</sup> *Id.*, fl. 16.

<sup>683</sup> No plano das relações laborais, vejam-se, a título de exemplo, as declarações da já aludida comissão de telefonistas a *A Capital*, em 1913, que a propósito da chefia de Percy Miller Street (18??-1929) da APT no Porto, referiu que “o Sr. Street [...] escusa-se a receber as empregadas, de maneira que temos de calar e sofrer todos os vexames e todas as injustiças” (“Às telefonistas do Porto”, 1913: 1).

<sup>684</sup> Esta característica da visão assimétrica das RP, que Grunig (1989) identifica com os líderes de uma organização pretenderem ter um conhecimento superior ao dos públicos, encontra-se exposta nas declarações de um dirigente da APT, ao afirmar que a causa das reclamações do serviço telefónico partia “do próprio subscritor e da injusta compreensão que ele tem pela verdadeira utilidade de um telefone” (Ferreira, 1919a: 2) e que “a principal causa da má reputação dos telefones, reside nos próprios consumidores” (Ferreira, 1919b: 1).

<sup>685</sup> Segundo Grunig (1989), uma das características da visão assimétrica das RP é o elitismo, consubstanciado no facto de os membros de uma organização verem a mesma de uma forma diferente dos demais públicos. No caso da APT, deteta-se tal fenómeno na visão de um dos seus dirigentes, ao afirmar que “a Companhia dos Telefones não pode servir com mais boa vontade o público que contra ela reclama por tudo” (p. 2).

<sup>686</sup> Que a APT tinha uma cultura centrada na eficiência, ilustra-o a fundamentação apresentada para proibir o casamento das telefonistas: “casada [a telefonista] não cumpriria os seus deveres regularmente. O marido mandava, a «menina» faltava ao serviço. Depois os períodos da gravidez e parto, os filhinhos que adoecendo impediam que a mãe se apresentasse ao serviço, numa palavra, uma desorganização completa dos nossos serviços” (“Porque é que as meninas”, 1926: 4).

<sup>687</sup> *Id.*, *Ibid.*

<sup>688</sup> Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1921, de 10 de outubro de 1923, p. 36.

O primeiro abrangeu a sua atividade como concessionária do Estado quando, nas décadas de 1910 e de 1920, foi confrontada com os apelos que políticos, associações sectoriais e imprensa dirigiram ao Governo (cf. V.2.2 e V.2.6) no sentido da atribuição da concessão a cooperativas ou a empresas concorrentes. Não obstante uma tentativa esboçada em 1911 pela Cooperativa A Telefónica Portuense, com o apoio da Associação Comercial de Lojistas do Porto (ACLP) (Rollo, 2009b), e as notícias que em 1915 (“O castigo”, 1915) e em 1919 (“Causou no Porto”, 1919) anunciaram a constituição de outros concorrentes, o fim do monopólio da APT dependia de uma decisão governamental e da existência de uma empresa apta a prestar o serviço telefónico, hipóteses que nunca se concretizaram.

O segundo cenário desenhou-se em 1927 quando, muito por força da “oligarquia comercial e industrial lisboeta” (Rollo, 2009b: 198), o Governo encarou a hipótese de atribuir a uma empresa privada a exploração da rede telefónica internacional e interurbana. Interessaram-se não só a APT (Rollo, 2009b), mas também a The Engineering Company of Portugal Lda.<sup>689</sup> (TECP), a International Telephone and Telegraph Corporation (IT&T), representada pela sucursal de Espanha<sup>690</sup>, e uma empresa inglesa (“Pelo Ministério do Comércio”, 1928). Apesar das fortes pressões<sup>691</sup>, o Governo acabou por optar pela própria AGCTT.

A questão da nacionalização colocou-se, como referido, em 1942 (cf. V.2.2.) e foi retomada quando, após o término da Segunda Guerra Mundial, o Estado Novo “alimentou uma visão de conjunto das redes metropolitanas, coloniais e internacionais, admitindo mais abertamente a possibilidade de unir as explorações do sector em torno de uma única empresa” (Rollo, 2009b: 255).

Com efeito, no decurso das dificuldades advindas no processo da revisão tarifária de 1950 (cf. V.2.2.), embora não estivesse em causa uma nacionalização de âmbito global, o correio-mor viu “como solução mais adequada a entrada dos CTT no capital da APT e a integração das duas empresas no mesmo enquadramento tecnológico e económico” (Confraria, 2006: pp. 40-42).

---

<sup>689</sup> Sobre a TECP, vejam-se Arquivo Salazar, OP-6 cx. 470, pt. 3, e também “Telefones” (1928d), “Correios, telégrafos e telefones” (1928b) e “Ligações telefónicas” (1928).

<sup>690</sup> Arquivo Salazar, OP-6 cx. 470, pt. 12

<sup>691</sup> Segundo o diretor dos Serviços Industriais dos CTT, “em 1927, havia fortes pressões estranhas para que a Rede Telefónica Nacional fosse entregue, por concessão, a uma entidade especializada, tendo ainda surgido desejos da concessionária das áreas telefónicas de Lisboa e Porto de ampliar extraordinariamente essas áreas. E as pressões, em que intervinha o público, arrastado pelos interessados, eram tais que, ou os CTT realizavam imediatamente os trabalhos, ou tinham de entregar a particulares uma das partes mais importantes do seu monopólio” (Serrão, 1948: 42-43).



## – CAPÍTULO VI –

**AS RELAÇÕES PÚBLICAS NA APT**

O propósito deste capítulo é explicitar, no âmbito da APT, como e quando se processou a organização da função RP e a adoção do termo ‘Relações Públicas’, qual a conceptualização teórica das RP e como foram adquiridas as competências nesse âmbito, salientando o papel das influências estrangeiras. Pretende-se, igualmente, definir como a APT operacionalizou as RP como prática – nomeadamente as ações empreendidas junto dos diversos públicos e os meios utilizados para o efeito –, que modelos de RP adotou ao longo do período em análise e com que progressão cronológica.

**VI.1. ORGANIZAÇÃO, TERMINOLOGIA E CONCEPTUALIZAÇÃO**

## VI.1.1. Dos secretários da administração à departamentalização

As práticas de tipo-RP desenvolvidas pela APT têm raízes no século XIX, especificamente no exemplo iniciado pela EGBTCE<sup>692</sup>.

Eram então desempenhadas por José Augusto Barbosa Collen (1849-1917), ainda que informalmente, isto é, sem estarem adstritas a uma estrutura orgânica. Político, escritor e jornalista (Velloso, 1911), foi administrador da Companhia entre 1890 e 1916 (F., 1937), tendo intervindo, nos anos 1900, nas relações com a imprensa, especificamente na inauguração, em 1904, da nova estação telefónica central de Lisboa (“As novas instalações”, 1904; “Inauguração”, 1904).

A sua experiência terá sido transmitida a Francis Frick<sup>693</sup>, que ingressou na APT em 1901 (“Através dos tempos”, 1937), como “chefe dos escritórios” (Pope, 1937: 2), mas que nos anos 1910 ascendeu a secretário da administração.

Na dependência direta de R. W. Frazer, administrador geral da APT em Portugal, (“Através dos tempos”, 1937), F. Frick desempenhou, de facto, funções de tipo-RP, as quais

---

<sup>692</sup> No final do século XIX já EGBTCE convidava jornalistas para assistirem na sua sede, em Lisboa, às audições das óperas que transmitia telefonicamente do Teatro S. Carlos (Anexo Digital 41).

<sup>693</sup> Referindo-se a Barbosa Collen, F. Frick considerou-o um “grande amigo, com quem muito aprendi” (“Através dos tempos”, 1937: 10). Antes de ingressar na APT, F. Frick trabalhava na companhia W. & J. Graham & Co.

incluíam, tal como evidenciamos adiante (VI.3.5.), as relações com a imprensa. Os primeiros sinais do seu envolvimento nesse âmbito remontam a, pelo menos, 1915 (“Telefones de Lisboa”, 1915).

Frick secretariou a APT até 1919, integrando posteriormente a respetiva administração<sup>694</sup>. Sucedeu-lhe, nesse mesmo ano, Armando Ferreira<sup>695</sup> (1893-1968), que à data da contratação colaborava em *A Capital* (cf. VI.3.5.).

Terá, aliás, sido a sua ligação à imprensa que levou a APT a contratá-lo, sobretudo se considerarmos que a companhia passava, como vimos, por um período conturbado na relação com os jornalistas<sup>696</sup>. Com efeito, em março de 1919 – antes de ingressar na APT ou eventualmente já como empregado da Companhia<sup>697</sup> – A. Ferreira publicou em *A Capital* dois artigos de fundo sobre os serviços da APT<sup>698</sup> (Ferreira, 1919a, 1919b).

---

<sup>694</sup> F. Frick manteve, ainda assim, alguma proximidade com a imprensa. Em outubro de 1919, já com A. Ferreira em funções, noticiou *O Século* que “também nos procurou o sr. Frick, fazendo atualmente as vezes de diretor da Companhia dos Telefones, a quem por igual agradecemos a atenção das explicações que nos prestou” (“Serviço de telefones”, 1919: 1).

<sup>695</sup> A. Ferreira nasceu em Lisboa, em 1893. De 1916 a 1925, colaborou em *A Capital*, como crítico de teatro, tendo sido chefe de redação, porventura em 1918 (“Armando Ferreira”, 1968). Nesse ano, licenciou-se em engenharia civil pelo Instituto Superior Técnico – no qual foi professor assistente – e ingressou no Ministério da Agricultura (AA.VV., 1947). Paralelamente aos cargos que desempenhou na APT, colaborou em diversos jornais e revistas, alguns dos quais dirigiu (cf. VI.3.5.). Desenvolveu também uma carreira bem-sucedida como escritor, particularmente de novelas humorísticas (Anexo Digital 49). Considerado um digno sucessor de Gervásio Lobato e de André Brun” (Pereira, 2007), foi dos escritores mais lidos e “de maior simpatia entre o público” (“Uma entrevista”, 1944: 12), tendo publicado 37 livros (“Os escritores”, 1968). Foi ainda sócio fundador da Sociedade de Autores e Compositores Portugueses, dramaturgo e, entre 1958 e 1968, administrador da Companhia Amélia Rey Colaço-Robles Monteiro (Pereira, 2007).

<sup>696</sup> A. Ferreira estava ele próprio ciente da questão. Em artigo que publicou em 1919, em *A Capital*, afirmou que era “raro o dia [...] em que a imprensa não geme, o seu protesto dos assinantes, quando não é o próprio, reclamações acirradas e queixas dos subscritores, chamando para a Companhia dos Telefones o odioso da população” (Ferreira, 1919a: 1).

<sup>697</sup> A admissão de A. Ferreira como secretário da APT é posterior a janeiro de 1919 já que nesse mês F. Frick ocupava ainda tal cargo (“Os telephones”, 1919a). As primeiras notícias que o reportam como secretário – ainda interino – datam de 12 (“Os telephones”, 1919), 13 (“O serviço telefónico”, 1919b), 15 (“Serviço telefonista”, 1919) e 16 de julho de 1919 (“O serviço telefónico”, 1919c), referindo-se ao seu encontro com o presidente da ACL. Tal evidencia a importância que revestiu para a APT a contestação levada a cabo pela ACL, tendo A. Ferreira ido “pôr à disposição daquela Associação todos os elementos para que na próxima reunião [...], a discussão sobre os serviços telefónicos possa ter bases seguras” (“Os telephones”, 1919b: 2).

<sup>698</sup> Muito embora os artigos estejam apenas assinados com as iniciais A.F., a prova que são da autoria de A. Ferreira radica no facto de aquele ter utilizado tais iniciais no boletim interno da APT (Ferreira, 1938c) e de no livro de recortes de imprensa realizado pela APT ter sido inscrita nas margens de um dos artigos (Ferreira, 1920a) a indicação “Armando Ferreira scribit” (Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 1 [1914-1922], s.p.). Daqui se infere que A. Ferreira já estaria, potencialmente, ao serviço da APT.

No primeiro deles, reportou a visita que efetuou às duas estações telefónicas existentes em Lisboa, visando encontrar explicações para as reclamações dos subscritores. A sua linha de argumentação foi essencialmente centrada no elogio da qualidade do pessoal e do material e na caracterização da sua complexidade e, por contraponto, na responsabilização dos subscritores pelo “mau emprego do telefone que lesa profundamente a vida ativa da cidade” (Ferreira, 1919b: 1).

A contratação de A. Ferreira poderá ter também derivado da existência de alguma desorganização e descoordenação nas relações com os clientes da APT ou de alguma incapacidade de atuação por parte de Frick. Isso mesmo se infere de uma notícia que *A Capital* publicou em julho de 1919 a propósito de uma reunião de comerciantes que, sob o auspício da ACL, se perspectivava então para tratar da questão do aumento do tarifário dos serviços telefónicos, tendo pugnado pela remodelação dos serviços da APT<sup>699</sup>.

Cronologicamente, A. Ferreira foi admitido num ano que, como vimos anteriormente (Cap. V.2.), foi especialmente difícil para a APT. De facto, em 1919 a Companhia viu-se pressionada e ameaçada em diferentes quadrantes – político, laboral, comercial, mediático e concorrencial –, tendo em alguns deles a contestação atingido níveis inéditos. Acresce que foi nesse mesmo ano que a APT pretendeu implementar o novo regime tarifário por chamadas. Aliás, no segundo artigo para *A Capital*, A. Ferreira (1919b) abordou tal questão, concluindo que uma das soluções para melhorar o serviço telefónico era limitar o consumo, “pagando o consumidor conforme o que gastar” (p. 2).

Além da experiência como jornalista, A. Ferreira possuía também conhecimentos na área da publicidade, tal como evidenciou em artigo publicado em *A Capital* (Ferreira, 1919c). Em 1920, já como colaborador da APT, realizou uma extensa viagem pela Europa, tendo visitado cidades como Paris e Londres (Ferreira, 1922). Ainda que não haja provas documentais, é possível que tenha contactado com a sede inglesa da APT e com praticantes de RP empregues pela mesma, obtendo assim *know-how* nesse âmbito.

Funcionalmente, muito embora se desconheçam as tarefas de tipo-RP que lhe foram atribuídas oficialmente enquanto secretário, nos anos 1910 a 1940 interveio ao nível das relações com a imprensa, com o poder político e regulador, com os trabalhadores da APT, com a comunidade e com os clientes (cf. VI.3.).

---

<sup>699</sup> Noticiou o jornal que a “assembleia se deverá ocupar de uma certa desorganização de serviços que lavra nas próprias esferas superiores da Companhia. Ali, as funções, as atribuições, os poderes confundem-se, baralham-se, de tal modo que difícilíssimo se torna ao público saber a quem se deve dirigir para formular uma reclamação, para apresentar um pedido, para fazer um protesto... Ora, evidentemente, este estado de coisas não pode continuar e parte da assembleia – supomos que a maioria – desejaria que ao sr. Frick, membro da direção da Companhia e incontestavelmente o que maior número de relações comerciais tem na nossa praça, fossem dados plenos poderes para atender o público que tem reclamações pendentes, resolvendo-as imediatamente, sem mais entraves ou dificuldades” (“Os telephones: urge remodelar”, 1919: 1).

Em maio de 1935, foi “nomeado Secretário Executivo para as relações com o público”<sup>700</sup> (Anexo dig. 42), ainda que, internamente, continuasse a surgir referenciado apenas como Secretário<sup>701</sup>.

Sete anos antes ocorrera, contudo, uma modificação importante nas RP da APT e na participação de A. Ferreira no processo. Com efeito, em 1928, outro ano chave para a Companhia (Cf. cap. V), foram dados os primeiros passos na institucionalização e na centralização das práticas de tipo-RP. Em janeiro, na sequência de uma ordem de serviço, foi atribuído a A. Ferreira “o trabalho geral de propaganda”<sup>702</sup>, tendo ficado estipulado que “todos os anúncios, edições e alterações aos vários impressos, recibos, etc. para utilização pública têm de ser submetidos ao Secretário antes de serem postos em uso”<sup>703</sup>.

A criação de um departamento especificamente vocacionado para as práticas do tipo-RP foi concretizada em junho. Na sequência da reorganização dos serviços da APT, estabeleceu-se a Secção de Contratos e Propaganda (SCP)<sup>704</sup>, cuja chefia era exercida pelo “Snr. Armando Ferreira acumulando as funções de Secretário da Direção”<sup>705</sup>.

Integrada na Divisão Comercial, a SCP compreendia seis subsecções – Propaganda, Publicidade, Contencioso, Correspondência, Lista e Contratos –, cuja junção deixa entender que se pretendia reunir numa só secção toda a corrente de relação e de comunicação com os subscritores da APT.

Dessas subsecções, são sobretudo relevantes as de Propaganda e de Publicidade. À primeira, que nos anos 1930 era dirigida por Cipriano Monteiro<sup>706</sup>, competiam duas responsabilidades, incluindo a execução de um plano de propaganda, cuja primeira menção remonta a 1928<sup>707</sup>:

A subsecção de Propaganda tem a seu cargo dois serviços: o primeiro para atuar direta e persistentemente sob os assinantes que desejem deixar de ter telefone oferecendo para isso as vantagens que a Companhia oferece de pagamentos semestral, trimestral e até mensal. O segundo procurando novos assinantes em Lisboa (quando houver vagas em número suficiente)

<sup>700</sup> AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949), O/S n.º 3504, de 25 de maio de 1935.

<sup>701</sup> Tal é comprovado pela lista dos chefes de secção referente a 16 de março de 1936 (APT, 1936), a qual refere A. Ferreira como responsável pela Secretaria e não como responsável pelas relações com o público.

<sup>702</sup> AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949), S/O 3282, de 27 de janeiro de 1928.

<sup>703</sup> *Id.*, *ibid.*

<sup>704</sup> *Id.*, S/O 3295, de 31 de maio de 1928. A SCP sucedeu à repartição de Expediente, também coordenada por A. Ferreira (Ferreira, 1952a), cuja existência remonta ao início dos anos 1920 (Silva, 1958).

<sup>705</sup> *Id.*, S/O 3299, de 28 de junho de 1928, p. 1.

<sup>706</sup> *Id.*, O/S n.º 3634, de 16 de março de 1936.

<sup>707</sup> *Id.*, *ibid.* Concebido por John D. Smart – que era, em 1928, diretor da Divisão Comercial –, o referido plano era de natureza comercial, visando captar novos subscritores para os serviços da APT.

e nos arredores, prosseguindo o plano de propaganda feito pelo Snr. Smart e já em efetivação<sup>708</sup>.

À Subsecção de Publicidade<sup>709</sup>, dirigida nos anos 1930 pelo jornalista Luís Forjaz Trigueiros<sup>710</sup>, competia “a elaboração de anúncios em jornais, revistas que interessem o comércio, indústria, e o público; igualmente a publicação de impressos ou anúncios de propaganda e a organização de montras na Rua da Conceição e Rua Nova da Trindade”<sup>711</sup>.

Que a SCP constituiu um embrião do departamento das RP na APT prova-o o facto de a Repartição de Expediente e Contratos (REC) que lhe sucedeu (Armando Ferreira, 1952), ter, em janeiro de 1957, passado a denominar-se Repartição de Relações com o Público (RRP)<sup>712</sup>. Em 1962, assumiu a designação de Divisão de Relações com o Público (DRP)<sup>713</sup>, mantendo-se integrada organicamente na Direção Comercial.

Em junho de 1958, com a aposentação de A. Ferreira<sup>714</sup>, sucedeu-lhe como chefe da RRP José Guilherme de Mello Portugal<sup>715</sup> (1916-1990), passando A. L. J. C. Chaplin a desempenhar a função de secretário do conselho de administração<sup>716</sup>. Tal marcou, portanto, a separação entre a função de secretário e a chefia do departamento de RP da APT.

Licenciado em Direito (Portugal, 1941), Mello Portugal iniciou funções na APT em fevereiro de 1943<sup>717</sup>, como assistente de A. Ferreira (Portugal, 1948), sendo nos anos 1950 subchefe da REC (Portugal, 1952). Ao contrário de A. Ferreira, não possuía experiência no jornalismo, o que pode indiciar uma mudança de modelo de RP, sendo certo que Grunig e Hunt (1984) atribuíram ao modelo da Informação Pública uma prática essencialmente jornalística. Por outro lado, o facto de Mello Portugal não acumular a função com a de Secretário pode indiciar o início da especialização funcional na área das RP.

<sup>708</sup> *Id.*, S/O 3295, de 31 de maio de 1928, p. 5.

<sup>709</sup> Sobre esta subsecção, veja-se Ferreira (1952c).

<sup>710</sup> AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949), O/S, n.º 3634, de 16 de março de 1936. Embora assinasse Luís Trigueiros, tratava-se do escritor e jornalista Luís Forjaz Trigueiros (1915-2000), tal como evidencia uma notícia publicada no boletim da APT (“Inauguração duma cabine”, 1938). L. F. Trigueiros chefiou nos anos 1930 a subsecção de Correspondência (“Noticiário gráfico”, 1938).

<sup>711</sup> *Id.*, S/O 3295, de 31 de maio de 1928, p. 5.

<sup>712</sup> *Id.*, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1950-1958), O/S n.º 272, de 11 de janeiro de 1957; O/S n.º 277, de 11 de fevereiro de 1957.

<sup>713</sup> *Id.*, A001635, Livro de Ordens de Serviço (1962-1963), O/S n.º 537/F, de 26 de julho de 1962.

<sup>714</sup> *Id.*, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1950-1958), O/S n.º 339, de 30 de junho de 1958.

<sup>715</sup> *Id.*, O/S n.º 338, de 30 de junho de 1958.

<sup>716</sup> *Id.*, O/S n.º 344, de 1 de agosto de 1958.

<sup>717</sup> AHFPC, espólio APT, A001499, Índice de números de processo de funcionários (1946-1968).

### VI.2.2. Origem e progressão do termo

O termo ‘Relações Públicas’ passou por uma certa progressão no âmbito da APT, tendo sido, como vimos, antecedido pelo termo ‘Propaganda’, o qual vigorou até meados dos anos 1930. De facto, logo em 1934, a APT publicou um folheto intitulado *Relações com o Público (A Companhia, seu contracto e tarifas)* (APT, 1934a) (Anexo Digital 43) e um ano depois A. Ferreira foi nomeado “Secretário Executivo para as relações com o público”. Contudo, o departamento por si chefiado manteve, como referimos, a designação de Secção de Contratos e Propaganda.

A terminologia ‘Relações com o Público’ manteve-se em uso até aos anos 1960, tendo surgido na titulação dos folhetos *Relações com o Público* (APT, 1948) (Anexo Dig. 43) e *Alguns aspetos das relações com o público*<sup>718</sup> (Portugal, 1948) (Anexo Dig. 43), o primeiro editado pela APT e o segundo pelos CTT em função de uma conferência proferida por Mello Portugal em julho de 1948.

Foi precisamente nessa iniciativa que Mello Portugal empregou pela primeira vez o termo ‘Relações Públicas’ (“Na sua brilhante”, 1948), tendo defendido que face à existência de múltiplos públicos “melhor diremos, portanto, «Relações Públicas» (Portugal, 1948: 8).

### VI.2.2. Conceptualização teórica

Na impossibilidade de traçar a progressão do conceito de RP ao longo do período em análise, definimos, esquematicamente, como a APT entendia tal função em 1948 (Quadro VI.1), ano de término da presente investigação. Associada a essa conceptualização, procuramos definir que modelo de RP lhe corresponderia.

Não obstante as publicações anteriores relativas às ‘Relações com o Público’ (APT, 1934a; APT, 1948), a conceptualização de julho de 1948 (Portugal, 1948; “Na sua brilhante”, 1948) consubstancia a primeira e única reflexão ou sistematização teórica sobre as RP que a APT tornou pública<sup>719</sup>. Tem, portanto, de ser entendida como um ponto de chegada em que culminam uma série de desenvolvimentos e o construto a que aludimos em VI.3. e VI.4.

Do exposto no quadro VI.1., conclui-se que a APT possuía em 1948 um conhecimento teórico ou teorizado das RP, o que remete a sua prática de RP para o profissionalismo e já não para uma atuação casuística, artesanal ou intuitiva.

<sup>718</sup> Este folheto dos CTT reproduz a conferência que Mello Portugal efetuou em julho de 1948 na Sociedade de Geografia, em Lisboa, a convite da AGCTT, noticiada pelo *Guia Oficial dos CTT* (“Na sua brilhante”, 1948).

<sup>719</sup> O que não invalida a hipótese de existirem outros documentos análogos que se tenham perdido por não terem transitado para o espólio da APT colocado à guarda do AHFPC ou por não estarem sujeitos ao depósito legal.

**Quadro VI.1. – Teorização das Relações Públicas na APT (1948)**

<b>Dimensões de RP</b>	<b>Características</b>
<b>Termo empregue</b>	Relações Públicas/Relações com o Público.
<b>Conceito</b>	“Um complexo de processos destinados a conhecermo-nos a nós próprios e àqueles que nos rodeiam, a encarar as relações com o nosso semelhante de modo a torná-las mais agradáveis e mutuamente benéficas” (Portugal, 1948: 8-9). “Consideraremos, portanto, «Relações Públicas» as de uma qualquer entidade com todos aqueles que, para esse efeito, ela deva tomar em consideração no exercício da sua atividade, porque são esses todos que, para ela, são o seu público” ( <i>Id.</i> , p. 9).
<b>Objetivo organizacional das RP</b>	Prestigiar a organização “no sentido de a tornar digna da admiração e da consideração e confiança do seu público, pelas suas realizações em todos os campos e pelas suas atitudes para com o mesmo” (Portugal, 1948: 9).
<b>Condições essenciais à prossecução dos objetivos de RP</b>	1) Qualidade do produto; 2) Espírito progressivo; 3) Política social realista; 4) Desenvolvimento da organização.
<b>Responsabilidade pelas RP e principais tarefas desempenhadas</b>	Centralizada num “comando único” (Portugal, 1948: 11), num superintendente de RP, por oposição ao mero agente de publicidade, mas com “o esforço conjugado de todos” ( <i>Id.</i> , p. 12). Cabia-lhe “integrar todo o seu esforço na Política e no Programa estabelecidos, e por meios muitas vezes indiretos, procurar corrigir falsos juízos, criar à organização um ambiente de boa vontade, manter boas relações com o capital e o trabalho, etc.” ( <i>Id.</i> , p. 19).
<b>Públicos: conceito, segmentação e objetivos por público</b>	Heterogéneo – “todos aqueles com quem direta ou indiretamente lidamos, inclusive nós próprios” (Portugal, 1948: 8) – e com “uma psicologia peculiar” ( <i>Id.</i> , p. 20). 1) Acionistas: boa vontade, confiança e aprovação de todas as iniciativas de vulto; 2) Empregados: espírito de equipa, profissionalismo e entusiasmo pela Companhia; 3) Compradores/assinantes: n.d.; 4) Concorrentes: n.d.; 5) organismos públicos: n.d.
<b>Operacionalização</b>	Processo desenvolvido através de quatro fases sucessivas: 1) Política (definição de objetivos); 2) Programa (definição da estratégia, segmentação e seleção de meios de comunicação); 3) Plano (definição dos meios, faseamento, alocação dos recursos disponíveis); 4) Publicidade (comunicação, através de diversos meios, com os públicos definidos).
<b>Meios</b>	Diversos e em função de cada público (Cf. VI.3).
<b>Pesquisa</b>	Sondagens para conhecer a opinião dos clientes sobre o serviço prestado.
<b>Figuras de RP citadas</b>	P. T. Barnum.

Fonte: Portugal, 1948; “Na sua brilhante”, 1948.

Tal é ilustrado, desde logo, pela formulação do conceito de RP. Encontram-se no mesmo ecos da definição de Cutlip *et al.* (2006), que entendiam as RP como “a função de gestão que estabelece e mantém relações mutuamente benéficas entre uma organização e os

públicos dos quais o seu sucesso ou fracasso depende"<sup>720</sup> (p. 1). A referência à manutenção de relações “mutuamente benéficas” (Portugal, 1948: 9) entre a APT e os seus públicos remete, por seu lado, para o modelo de Duas-vias Simétrico, cuja natureza da comunicação que tipifica assenta nos efeitos equilibrados que resultam da mesma. Se conjugarmos o aludido equilíbrio comunicacional com o objetivo organizacional das RP, é possível inferir que o contributo das RP passasse pela mediação entre a APT e os seus públicos, o que configura novamente a prática do modelo de Duas-vias Simétrico.

As condições que Portugal (1948) considerava serem essenciais à prossecução dos objetivos de RP denotam o conhecimento de que as RP deviam ser uma prática global de uma organização, “envolvendo a colaboração de todos os empregados qualquer que seja a sua função específica” (p. 47). Entre essas condições, destaca-se uma intimamente ligada à visão simétrica das RP, a qual, como referido (cf. II.2.5.), enquadra o modelo de Duas-vias Simétrico. Referimo-nos ao espírito progressivo<sup>721</sup>, identificável com o pressuposto da ‘inovação’, tal como exposto por Grunig e Hunt (1984). Ainda neste nível, o enfoque da APT nas relações mutuamente benéficas remete igualmente para a visão simétrica das RP, concretamente para o pressuposto de que a “comunicação leva ao entendimento” (Pereira, 2010: 38), sendo a sua finalidade “facilitar a compreensão entre as pessoas e outros sistemas, tais como organizações, públicos ou sociedades” (*Id., ibid.*).

Não obstante as RP deverem ser uma prática global de uma organização<sup>722</sup>, a APT entendia que a função devia “estar sob um comando único” (Portugal, 1948: 11) e ser gerida por um superintendente de RP, o que se conjuga com as características de excelência departamental definidas por Grunig e Dozier (1992). Ao superintendente competiam tarefas específicas (cf. Quadro VI.1.), o que remete para a profissionalização da função e a sua distinção face às demais funções existentes na APT (Cutlip *et al.*, 2006). Note-se, ainda, a distinção que Portugal (1948) estabeleceu entre o superintendente de RP e o “mero agente de publicidade” (p. 19), que tinha “apenas como objetivo chamar a atenção do cliente [...], dependendo muitas vezes o seu êxito unicamente da sua imaginação” (*Id., ibid.*).

---

<sup>720</sup> A ideia de interdependência expressa por Cutlip *et al.* (2006) pode de certa forma ser inferida da definição de RP dada por Portugal (1948) quando afirma considerar “«Relações Públicas» as de uma qualquer entidade com todos aqueles que, para esse efeito, ela deva tomar em consideração no exercício da sua atividade” (p. 9).

<sup>721</sup> Nesse sentido, Portugal (1948) referiu-se à “preocupação na criação de melhores produtos, novas técnicas, modernos métodos de trabalho” (p. 10). As suas afirmações distanciam a APT do conservadorismo associado à visão assimétrica das RP, que enquadra todos os modelos menos o de Duas-vias Simétrico. Tal se infere do seguinte trecho: “uma organização rotineira, sistematicamente avessa ou mesmo alérgica às correntes de ar fresco do progresso, que não se renove constantemente a si própria, que se deixe parar, morrer” (*Id., ibid.*).

<sup>722</sup> Segundo Portugal (1948), “o ambiente, a atmosfera onde estas relações [públicas] se desenvolvem, dependem do esforço conjugado de todos os elementos dessa empresa [...]. Todos, direta ou indiretamente, estão em contato com o público e a impressão que os seus atos ou as suas atitudes sobre este produzem, refletem-se imediatamente na opinião do público” (p. 12).

O conhecimento teórico que a APT possuía das RP é igualmente visível na sua definição de público e, sobretudo, na segmentação do mesmo e na definição de objetivos de comunicação por segmento. Tal processo partiu da visão que a Companhia tinha do público, entendido como tendo uma “natureza heterogénea” (Portugal, 1948: 20), o que levou ao desenvolvimento de uma comunicação adequada a cada um desses núcleos. Nesse sentido, Portugal (1948) elencou, por exemplo, os meios de comunicação desenvolvidos especificamente para atingir os empregados e os acionistas<sup>723</sup>.

Mais relevante ao nível da teorização das RP pela APT é a existência de um processo de comunicação desenvolvido através de quatro fases sequenciais, o que denota a sistematização da função e a capacidade de lhe imprimir uma política e uma estratégia<sup>724</sup>. Tal processo pode ser, genericamente, relacionado com as quatro etapas que Cutlip *et al.* (2006) definiram para a gestão das RP, pese embora o procedimento da APT não contemplar a fase da avaliação. Ainda assim a avaliação era efetuada através de sondagens que visavam conhecer a opinião dos clientes sobre o serviço telefónico (Portugal, 1948).

Na teorização em causa surge apenas referida uma figura ligada à história das RP, o artista e publicista P. T. Barnum, que, como vimos (II.2.1.), Grunig e Hunt (1948) associaram ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista. Portugal (1948) demarcou-se, contudo, do mesmo ao afirmar que “a máxima de Barnum [...] «não me interessa o que de mim digam, basta-me que falem de mim», se bem que lhe tenha sido muito útil, não tem aplicação em qualquer outra atividade” (p. 10).

## VI.2. INFLUÊNCIAS ESTRANGEIRAS NA AQUISIÇÃO DA COMPETÊNCIAS

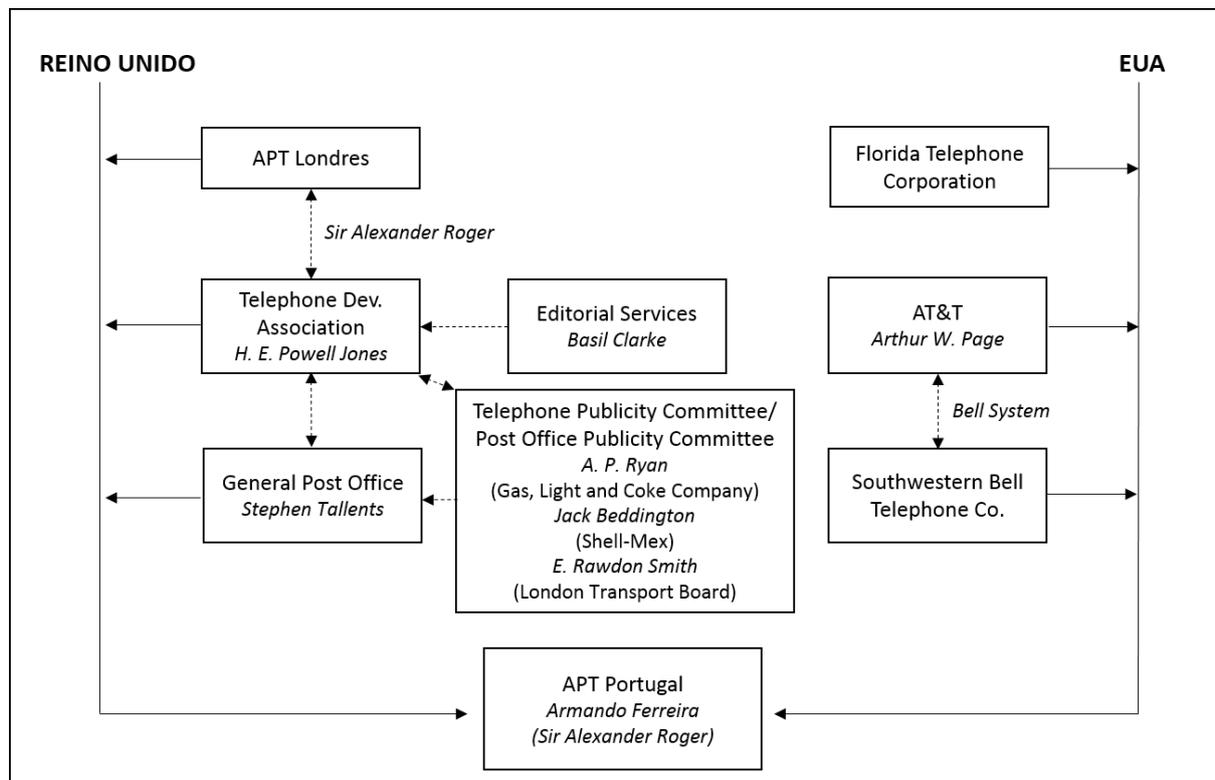
Tendo em conta que a formação profissional e académica em RP constitui um fenómeno que só despontou em Portugal nos anos 1960, que a literatura técnica editada no País só surgiu na década seguinte (cf. Cap. III) e que a APT terá sido pioneira na prática, na institucionalização e na teorização das RP, a determinação da origem das competências que a empresa manifestou neste âmbito durante o período em análise é uma questão pertinente neste estudo de caso e, globalmente, na determinação dos primórdios das práticas empresariais de RP em Portugal. De facto, o conhecimento de eventuais influências estrangeiras no caso APT contribui para o conhecimento de como as RP chegaram a Portugal enquanto técnica e com que base teórica.

---

<sup>723</sup> Como notamos adiante, a comunicação com os acionistas era efetuada não em Portugal, mas pela APT em Londres (o capital era 100% estrangeiro), pelo que não desenvolvemos esta questão.

<sup>724</sup> Para Portugal (1948), “numa campanha de Relações Públicas, primeiro que tudo há que estabelecer uma Política a seguir. Saber o que se pretende [...] em linhas gerais. Trabalhar sem uma política orientadora, é um voo sem visibilidade. Quando chega a altura de aterrar, pode-se estar [...] longe do objetivo” (pp. 17-18).

**Figura VI.1. – Influências organizacionais estrangeiras, diretas e indiretas, nas RP da APT (anos 1920-1930)<sup>725</sup>**



Fonte: adaptado de L'Etang, 2006; Evans, 2013; Trotter, 2013; Heller, 2016.

Tal como documentado seguidamente, as referidas competências terão sido importadas do estrangeiro, pelo menos em parte, tendo como origem o Reino Unido e os Estados Unidos (Figura VI.1), muito embora não sejam de descartar outras proveniências geográficas<sup>726</sup> e algumas influências indiretas<sup>727</sup>.

<sup>725</sup> Este quadro evidencia as influências de RP que a APT recebeu, nos anos 1920 e 1930, de organizações do Reino Unido e dos EUA, salientando os responsáveis pelas RP que estavam então ao seu serviço (sem preocupação de exatidão nos anos em que tal sucedeu, mas abrangendo tão só às décadas em que o fizeram) e que terão potencialmente influenciado – ainda que indiretamente e, sobretudo, pelos materiais de RP e publicidade que conceberam ou orientaram – A. Ferreira.

<sup>726</sup> Em 1923, Bento Carqueja participou numa visita da imprensa internacional à exposição sobre o tricentenário da fundação de Gotemburgo, tendo contactado com o comissário da imprensa da mostra (Carqueja, 1923). Visitou também o stand da empresa L. M. Ericsson, tendo testemunhado uma ação de RP, consubstanciada na utilização de um telefone gigante (“L. M. Ericsson”, 1923). A APT possuía também nos seus arquivos (AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78) publicidade de empresas como a Companhia Telefónica Nacional de España, a Società Telefonica Tirrena (Itália) e a Unión Telefónica del Rio de la Plata (criada em 1882 mediante a fusão de empresas como a Companhia de Teléfono Gower-Bell).

<sup>727</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, é possível demonstrar que os quadros dirigentes da APT recebiam publicações norte-americanas e britânicas, como a *Electrical World* (1906-), *Electric Engineering*, *Telephony: The Journal of the Telephone Industry* (1901-) e *Journal of the*

### VI.2.1. Influência britânica

O facto de a APT ser uma empresa de capitais britânicos e de ao longo da sua atividade ter mantido a administração principal em Londres, potenciou a importação de práticas de RP a partir do Reino Unido. Por outro lado, a gestão da APT em Portugal foi assegurada desde o início por quadros britânicos, fenómeno que poderá ter concorrido também para a importação de práticas de RP<sup>728</sup>.

Tal fluxo poderá ter sido iniciado em 1927<sup>729</sup> quando Sir Alexander Roger assumiu a presidência do conselho de administração da APT em Londres, passando a visitar regularmente Portugal e a conduzir as negociações contratuais com o Governo português. A sua ligação às RP remonta à Primeira Guerra Mundial, período em que colaborou no Ministério das Munições e Reconstrução (Ferreira, 1967), tendo então sugerido o recrutamento de Basil Clarke<sup>730</sup> (1879-1947) como propagandista, genericamente considerado o primeiro praticante de RP em Inglaterra e o fundador da primeira agência de RP daquele país (L'Etang, 2004; Evans, 2013). Roger e Clarke voltaram a cruzar-se em 1924, o ano em que foi fundada em Londres a Telephone Development Association (TDA), um grupo de pressão criado para “representar os interesses do sector privado dos fabricantes de cabos e de equipamentos”<sup>731</sup> (Trotter, 2013: 48). Se Sir Alexander Roger presidiu desde logo à TDA, Basil Clarke foi o seu primeiro diretor executivo (“The Telephone Development Association”, 1924), tendo a sua agência de RP prestado serviços a tal

---

*American Institute of Electrical Engineers* (1924-1930), as quais eram potencialmente portadoras de artigos sobre RP. A validade desta hipótese é demonstrada pela exposição da APT a periódicos como *The L.M. Ericsson Review* (Teixeira, 1967), publicado a partir de 1924 pela companhia sueca L. M. Ericsson, na qual foram divulgadas práticas do tipo-RP desenvolvidas pela Ericsson e suas empresas associadas (Waeger, 1929). A APT correspondia-se também com a revista *Sino Azul*, publicada pela Companhia Telefónica Brasileira (“«Telefones» além-mar”, 1937).

<sup>728</sup> A relação cronológica dos gestores da APT em Portugal (Ferreira, 1967; Rollo, 2009b) revela o predomínio de não portugueses na administração da empresa. De entre eles, Robert Frazer (1870-1950), administrador geral entre 1917 e 1920, possuía experiência prévia nas companhias United Telephone Co. e National Telephone Co., tendo-se ocupado das reclamações dos subscritores.

<sup>729</sup> Não ignorando a ligação prévia a Portugal de outros quadros da administração da APT em Londres, como Frederick Kerr – que serviu a APT entre 1899 e 1938 e também a Shell (“A morte de”, 1938), companhia que, como referenciado (Fig. VI.1.), desenvolvia práticas de RP nos anos 1920 e 1930 – e, sobretudo, William Pope, que em 1920 assumiu as funções de administrador geral da APT (“No aniversário”, 1938).

<sup>730</sup> Basil Clarke iniciou em 1917 o seu trabalho como *public relations officer*, tendo fundado em 1924, em Londres, a agência de RP Editorial Services (Evans, 2013).

<sup>731</sup> O objetivo da TDA era popularizar a utilização do telefone, posicionando-o como um instrumento de trabalho indispensável aos negócios e à vida social e doméstica, para o que, no período entre as duas guerras mundiais, contou com o apoio do General Post Office (GPO) – a entidade estatal responsável pela gestão do serviço postal e das telecomunicações britânicas (Crutchley, 1938) – e do seu gabinete de RP (Trotter, 2013).

organismo até cerca de 1927 (Evans, 2013). Para secretário da TDA, foi contratado H. E. Powell-Jones, que a partir da segunda metade dos anos 1920 desenvolveu várias iniciativas de publicidade e de RP tendentes à popularização do telefone na Grã-Bretanha (Trotter, 2013).

A ligação formal entre a APT e a TDA é evidenciada pelo facto de desde o final dos anos 1920 a companhia ter não só conhecimento da publicidade da TDA<sup>732</sup> como ter utilizado em Portugal – com algumas adaptações de texto ou de ilustrações e fotografias – alguns dos seus anúncios publicitários veiculados no Reino Unido (Anexo Digital 44), incluindo os formalmente associados a H. E. Powell-Jones<sup>733</sup>.

A constatação deste processo no campo da publicidade permite inferir que um fenómeno semelhante se tenha repetido na assimilação pela APT das técnicas e práticas de RP que Basil Clarke desenvolveu para a TDA, e não só, as quais podem, muito genericamente, ser enquadradas no Modelo do Agente de Imprensa/Publicista<sup>734</sup>. É ainda plausível que tenha sido a TDA a fonte de informação teórica e prática para os referidos manuais de RP que a APT editou em 1934 (APT, 1934a) e 1948 (APT, 1948) e para a conferência de Mello Portugal (Portugal, 1948; “Na sua brilhante”, 1948).

A APT acompanhava também as atividades publicitárias do serviço telefónico do General Post Office (GPO), possuindo exemplares de anúncios realizados pelo mesmo<sup>735</sup>. É plausível, portanto, que tenha importado igualmente práticas dos organismos de RP daquela instituição, os quais, conforme evidenciado, colaboraram ativamente com a TDA na popularização do telefone (Heller, 2016; Trotter, 2013). Nesse sentido, note-se que segundo Heller (2016), o Telephone Publicity Committee – e mais tarde o Post Office Publicity

---

<sup>732</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, a APT teve acesso a um total de 61 anúncios produzidos pela TDA, publicados, aproximadamente, entre 1927 e 1930. O facto de não se tratarem de recortes de imprensa, mas sim de provas de publicidade, revela que havia algum tipo de intercâmbio entre ambas as entidades.

<sup>733</sup> Veja-se o anúncio da TDA intitulado “The nerves of the nation” (Anexo Digital 44), que Trotter (2013) atribui à primeira campanha publicitária dirigida por H. E. Powell Jones, em junho e julho de 1926, e que a APT adaptou para Portugal sob o título “Os nervos da nação”. A sua conceptualização – imagem e texto – é, segundo Trotter (2013), similar à que a AT&T desenvolvera nos EUA a partir de 1908, o que estabelece uma relação triangular de influência comunicacional entre os EUA, o Reino Unido e Portugal. Porém, como nota igualmente Trotter (2013), H. E. Powell Jones rapidamente se desligou do modelo norte-americano, tendo privilegiado mais o indivíduo utilizador do telefone do que o sistema telefónico, ao mudar o enfoque do “telefone como tecnologia para o telefone como meio” (*id.*, p. 51).

<sup>734</sup> Tal inferência baseia-se no facto de Evans (2013) notar que em julho de 1925 Basil Clarke escreveu uma carta ao jornal *The Times* para divulgar a forma como o número de telefones por habitante na Grã-Bretanha era similar ao registado na Holanda, mas “esqueceu-se de revelar que estava a escrever em benefício da indústria” (p. 203).

<sup>735</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, a APT colecionou seis anúncios do GPO.

Committee – integrava não só funcionários do GPO, mas também da TDA<sup>736</sup>, da Gas, Light and Coke Company<sup>737</sup>, da Shell-Mex<sup>738</sup> e da London Transport Board<sup>739</sup>. Todos eles foram “instrumentais no desenvolvimento das IMC<sup>740</sup> pelo GPO, particularmente na sua aplicação da arte moderna e na introdução de uma plêiade de ferramentas e de canais de comunicação, os quais incluíam RP, gestão de eventos e filmes” (Heller, 2016: 1039), tendo transferido *know-how* para o GPO.

Não é de descartar, também, a hipótese de quadros superiores da APT terem obtido competências em RP a partir do contacto indireto e direto com a sede da companhia em Londres. Se no primeiro caso é sabido que a companhia usava na formação profissional “métodos ingleses” (Ferreira, 1919b: 1), no segundo caso há evidências de que empresas como a APT “à falta de formação na escola [...] levavam os seus melhores empregados para estágios em Inglaterra”<sup>741</sup> (Santos, 1999: 170).

O primeiro responsável oficial pelas RP da APT poderá ter sido, precisamente, um deles. Encontram-se, com efeito, documentadas duas viagens que A. Ferreira realizou a Londres ao serviço da APT, as quais ocorreram nos anos 1920<sup>742</sup> (Ferreira, 1922) e 1930 (“Referências pessoais”, 1937).

Por outro lado, foram vários os diretores e consultores da APT em Londres que visitaram as instalações da Companhia em Portugal (“Mr. Pook”, 1938; “Mr. Rye”, 1938), admitindo-se a hipótese de que alguns deles, como S. H. Pook, “consultor de Londres” (Júnior, 1937: 7), estivessem ligados às atividades de RP, nomeadamente ao nível da coordenação e da estratégia.

## VI.2.2. Influência norte-americana

A importação de *know-how* técnico e de práticas de RP a partir dos EUA, ainda que potencialmente menos relevante, terá seguido duas vias.

<sup>736</sup> Representada por H. E. Powell Jones.

<sup>737</sup> Representada por A. P. Ryan, o seu diretor de publicity.

<sup>738</sup> Representada por Jack Beddington, o seu diretor de publicity entre 1927 e 1946 (L’Etang, 2006).

<sup>739</sup> Representada, a partir de 1936, por E. Rawdon Smith, então PR officer da London Transport Board. Em 1939, assumiu a direção das RP da British Overseas Air Corporation, sendo considerado um dos expoentes das RP na Grã-Bretanha (“Edward Rawdon Smith”, 1957).

<sup>740</sup> Integrated Marketing Communications.

<sup>741</sup> Foi o caso do mecânico David Sabino, a quem a APT ofereceu em 1935, “como prémio pelo trabalho executado” (“David”, 1978: 6), um estágio nas fábricas da ATM e da Siemens em Inglaterra.

<sup>742</sup> A primeira viagem de que há registo ocorreu em 1920, no ano seguinte à contratação de A. Ferreira pela APT, sendo descrita como uma “missão oficial daquela Companhia” (“Armando Ferreira, 1920: 1).

A primeira, traduziu-se no conhecimento que a APT possuía das práticas e estratégias de RP e de publicidade levadas a cabo por empresas congêneres<sup>743</sup>. Uma delas era a Florida Telephone Corp., de cujo relatório anual de 1937 o boletim interno da APT transcreveu parcialmente o artigo intitulado “Os empregados e os acionistas”<sup>744</sup> (1938). Outra empresa, mais importante, era a American Telephone & Telegraph (AT&T), para a qual Arthur Page (1883-1960) trabalhou entre 1927 e 1946, tendo, em tal enquadramento institucional, sido o primeiro vice-presidente para as RP no universo empresarial norte-americano. A evidência da ligação entre ambas as companhias encontra-se patente no artigo que o *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones* publicou em 1959 sob o título “Os empregados das Companhias Telefónicas e as Relações com o Público”<sup>745</sup> (Cogswell, 1959). É também demonstrável que A. Ferreira seguiu a atividade comunicacional da AT&T, atendendo a que recebia, presumivelmente, da administração da APT em Lisboa, recortes da publicidade colocada na imprensa internacional por aquela empresa<sup>746</sup>, sendo alguns anúncios de natureza institucional (Anexo Digital 45). Refira-se ainda a Southwestern Bell Telephone Company (SBTC), que fazia parte do universo da AT&T, empresa da qual a APT possuía nos seus arquivos um total de 27 anúncios originais<sup>747</sup>, um dos quais terá sido partilhado pelo seu General Advertising Department (Anexo Digital 46).

A segunda via materializou-se na exposição da APT a publicações periódicas norte-americanas de referência na área das telecomunicações nas quais eram veiculadas peças jornalísticas e de opinião sobre as RP. Ilustram-no os artigos de Cruz (1937) e “A telefonista” (1955)<sup>748</sup>, ambos relacionados com a revista norte-americana *Telephony*.

---

<sup>743</sup> Existe também evidência de que a APT estava atenta às iniciativas de tipo-RP realizadas por empresas de outros sectores de atividade. Ilustra-o o conhecimento do Comboio Rexall, desenvolvido em 1936 pela United Drug Company (“Rede telefónica”, 1937).

<sup>744</sup> Nele ser referia que “toda a gerência deve compreender que as atitudes favoráveis do público para com a Companhia são largamente influenciadas pela apreciação dos esforços dos empregados” (“Os empregados e os acionistas”, 1938: 10).

<sup>745</sup> O artigo tinha como autor John W. Cogswell (1959), identificado como fazendo parte da AT&T.

<sup>746</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, em alguns dos 38 anúncios da AT&T encontra-se a inscrição manuscrita “Sr. Secretário”.

<sup>747</sup> AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78.

<sup>748</sup> Publicado, em 1955, pelo *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, aborda a importância do atendimento telefónico na reputação empresarial, defendendo que a “telefonista de um P.P.C. é a diplomata do escritório ou a representante da boa vontade. Por seu intermédio as pessoas que fazem chamadas formam uma opinião sobre a Companhia ou organização para a qual a telefonista trabalha e esta poderá ser uma boa ou má opinião, ou mesmo uma opinião indiferente [...] A boa telefonista sabe que, pela sua cortesia, pode pessoalmente chamar mais a simpatia do público para a sua Companhia do que o maior anúncio publicado” (“A Telefonista”, 1955: 16).

### VI.3. PRÁTICAS E MODELOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Para a análise das práticas de RP desenvolvidas pela APT, adotámos e adaptámos a tipologia de programas de RP definida por Grunig e Hunt (1984), a qual distingue oito públicos. Desses programas, só cinco são passíveis de isolar e caracterizar relativamente ao estudo de caso<sup>749</sup>: a) relações com o governo e o poder político; b) relações com os empregados; c) relações com a comunidade; d) relações com clientes; e) relações com a comunicação social.

Dividimos também a análise das RP na APT em dois períodos distintos, o primeiro associado à atuação de F. Frick, documentada entre 1915 e 1919, e o segundo à direção de A. Ferreira, exercida de 1919 a 1948<sup>750</sup>. A desigualdade de aprofundamento e extensão com que tratamos cada uma das questões deve-se unicamente ao facto de a maioria da documentação disponível ser constituída por notícias sobre a APT, o que confere maior relevo às relações com a comunicação social.

#### VI.3.1. Relações com o poder político e regulador

A APT estabeleceu ao longo do período em análise relações com o poder político – incluindo o Governo, o parlamento e as administrações central e local – e regulador, visando defender os seus interesses, mas também limitar a regulação da sua atividade. Como se infere de uma notícia publicada em 1917, em *Os Ridículos*, tal relacionamento ter-lhe-á sido proveitoso<sup>751</sup>.

Nos anos 1910, a relação com o Governo passou, por exemplo, pela participação de altos dirigentes políticos nos atos inaugurais das instalações da APT<sup>752</sup>. Assim sucedeu em 1915 na inauguração da estação Norte, à qual presidiu Afonso Costa, então chefe do Governo. Em situações de crise, particularmente a que se viveu em 1919 (cf. Cap. V), o património edificado da APT e o seu parque tecnológico foram também utilizados com objetivos políticos. Nessa data, o ministro do Comércio foi convidado a “visitar as instalações

---

<sup>749</sup> Relativamente aos demais três programas e públicos definidos por Grunig e Hunt (1984), dois deles – relações educacionais e económicas, e promoção, angariação de fundos e campanhas de comunicação pública – não se aplicam no estudo de caso. Quanto ao terceiro – RP financeiras –, o relacionamento da APT com os seus acionistas não se colocava, como referimos, em Portugal.

<sup>750</sup> Embora, como referimos, A. Ferreira se tenha mantido ao serviço da APT até 1958.

<sup>751</sup> Referiu aquele jornal que “à Companhia basta dizer o que pretende para ser atendida pelos governantes como se fosse um poder do Estado! Exige do governo o cumprimento estrito das cláusulas do contrato e o governo é imediatamente, ordens para a direita, ordens para a esquerda, para que a reclamação seja atendida” (“A Companhia dos Telephones”, 1917: 2).

<sup>752</sup> O que já ocorrera na década anterior (Santos, 1999).

da [...] Companhia, [para conhecer] quais os melhoramentos que se têm realizado e outros em breve a introduzir em todos aqueles serviços, a fim de satisfazer a todas as exigências do público” (“A direção da Companhia”, 1919: 1). No quadro das greves do pessoal da APT, F. Frick participou também em reuniões com o ministro do Trabalho (“A greve do pessoal”, 1918), assim como o administrador geral da Companhia. Os aumentos tarifários, por seu lado, levaram a diversas reuniões de trabalho com o ministro do Comércio.

Nos anos 1920 ter-se-á dado uma certa promiscuidade na relação entre a APT e o Governo, consubstanciando práticas que tipificam o modelo do Agente de Imprensa/Publicista, pois representaram uma atitude do tipo “o público seja enganado”/“o público que se dane” e envolveram mesmas práticas de conluio. Ilustra-o o caso ocorrido em 1924. Nesse ano, tal como referido (V.2.5.), o ministro do Comércio – Pires Monteiro – promulgou, nas vésperas de abandonar o cargo, um decreto muito criticado pela imprensa<sup>753</sup> e pelas ACL, ACLL e AIP, pois não só concedeu um novo aumento tarifário à APT, como autorizou a introdução da tarifa por chamada. Anunciada a anulação do decreto pelo novo Governo, a APT adotou medidas para contrariar a decisão, exercendo pressão política. Noticiou *O Século*, em novembro de 1924, que “a companhia não descansa nem se conforma, e assim [...] arranhou ontem 7 chefes de serviço que andaram pelos ministérios, e até pela Presidência da República, pedindo «em nome do pessoal» que se mantivesse o escandaloso arranjo” (“Um negócio que se desfaz”, 1924: 1). Tal pedido não era, contudo, genuíno – o uso da inverdade remete para o modelo do Agente de Imprensa/Publicista –, o que se infere de uma notícia que o mesmo jornal publicou posteriormente, na qual se deteta a instrumentalização dos empregados da APT:

Uma comissão delegada da Associação do Pessoal dos Telefones procurou ontem o engenheiro sr. Plínio Silva [Ministro do Comércio] para lhe comunicar que uma outra comissão que o havia procurado na véspera, para pedir que fosse mantida a alteração das tarifas, não representava a classe, não podendo, por isso falar, como falou, em nome dela.

A mesma comissão comunicou ainda ao sr. ministro do Comércio, que o pessoal da companhia deseja conservar-se absolutamente estranho ao assunto.

Também nesta redação esteve uma comissão delegada do pessoal que idênticas afirmações nos fez (“Os telefones”, 1924b: 1).

Em dezembro desse ano, os empregados da APT foram novamente usados como arma de pressão da APT junto do Governo e do poder regulador. Em carta dirigida à AGCT, a administração da Companhia informou ter aumentado consideravelmente os ordenados dos

<sup>753</sup> *O Século*, por exemplo, informou que “o sr. Pires Monteiro revelou-se um esplêndido amigo. Já *ministro falecido*, não quis passar à posteridade sem o demonstrar. E não tendo podido fazê-lo em *vida*, pela oposição que as associações lhe fizeram, e a quem, com palavrinhas mansas, quis convencer da justiça da Companhia, vá de servir os amigos em testamento” (“Do pão do compadre...”, 1924: 1).

seus trabalhadores em função da promulgação do decreto n.º 10.318, situação que só se manteria se o mesmo fosse cumprido<sup>754</sup>. Anulado, porém, o decreto, em janeiro de 1925 o administrador-geral da APT comunicou aos empregados da APT, através de OS, que “a Companhia se vê obrigada a suspender [...] o aumento de salários que [...] concedera”<sup>755</sup>.

A APT levantou também junto do Governo a questão dos contratos sujeitos à tarifa por chamada que, entretanto, celebrara ao abrigo do decreto e que considerava legais, tendo, por isso, de os cumprir. Nesse enquadramento, A. Ferreira exerceu pressão junto da AGCT, à qual enviou uma carta de um subscritor empresarial que declarava, numa iniciativa organizada pela APT, que só lhe interessava o regime por chamadas e que desistia da assinatura do seu telefone caso o mesmo não se concretizasse<sup>756</sup>. Referiu A. Ferreira na sua missiva:

Como V. Exa. vê é mais uma consequência da situação confusa e grave em que nos encontramos presentemente devido aos decretos Nos. 10.318 e 10.366, e para a qual já chamámos a atenção de V. Exa.<sup>757</sup>

Se, como os documentos citados indiciam, a APT obteve a referida declaração de forma concertada/fomentada, criando um pseudo facto, tal prática insere-se no modelo do Agente de Imprensa/Publicista, pois configura o recurso a informação incompleta, distorcida ou meio verdadeira e ao uso de má fé. Esse artifício terá, aliás, sido usado novamente em janeiro de 1925. A administração da APT remeteu então à AGCT uma carta em que, face à anulação do referido decreto, não só se afirmava forçada a reduzir os salários aos seus trabalhadores e a parar os investimentos nas redes telefónicas, como, sobretudo, partilhava, em anexo, uma carta recebida de um representante da ACL, da ACLL e da AIP<sup>758</sup>. Nela, os delegados das referidas associações declaravam o apoio ao regime por chamadas, vendo-o como

---

<sup>754</sup> AHFPC, espólio APT, A001092, Revisões das tarifas da APT, efetuadas de 1918 a 1924, carta da APT ao Administrador Geral dos Correios e Telégrafos, datada de 29 de dezembro de 1924.

<sup>755</sup> AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço 1911-1927, O/S n.º 3216, de 14 de janeiro de 1925, p. 444.

<sup>756</sup> AHFPC, espólio APT, A001092, Revisões das tarifas da APT, efetuadas de 1918 a 1924, carta da União Construtora Limitada, dirigida à APT em 29 de dezembro de 1924. Que a APT terá instrumentalizado a empresa, talvez sua fornecedora, provam-no a forma e o conteúdo da carta: “tendo V. Exas. em 10 do corrente solicitado a comparência nos v/escritórios de algum [sic] com plenos poderes para optar pelo novo regímen de tarifas, com o qual estávamos de acordo para o telefone que possuímos nas n/oficinas [...] declaramos a V. Exas. que só nos convém a tarifa por chamada pois é um aparelho que poucas chamadas faz por dia. Não sendo possível este regímen, desde já declaramos a V. Exas. que desistimos do dito telefone” (s. p.).

<sup>757</sup> AHFPC, espólio APT, A001092, Revisões das tarifas da APT, efetuadas de 1918 a 1924, carta de Armando Ferreira ao Administrador Geral dos Correios e Telégrafos, de 31 de dezembro de 1924.

<sup>758</sup> *Id.*, carta da APT ao Administrador Geral dos Correios e Telégrafos, datada de 9 de janeiro de 1925.

“justo e equitativo”<sup>759</sup>, o que contrariava a sua “forte contestação por parte das associações de comerciantes, os principais prejudicados com a mudança” (Confraria, 2004: 73).

A estratégia de pressão política teve, contudo, resultados pouco favoráveis à APT. Com efeito, “as relações entre o Estado e a Companhia ficaram completamente rotas, não se atrevendo esta a reduzir os 20 por cento ao seu pessoal, como tinha anunciado”<sup>760</sup>, tendo o novo ministro do Comércio comunicado “à Companhia que a tornaria responsável de qualquer coisa que houvesse por redução do salário do seu pessoal”<sup>761</sup>. Terá decorrido de tal intervenção ministerial uma segunda OS que a APT emitiu em janeiro de 1925, informando que suspendia a execução da anterior que suspendera os aumentos salariais<sup>762</sup>.

O relacionamento da APT com o poder político tornou-se mais íntimo durante a ditadura militar<sup>763</sup> (Santos, 1999) e o Estado Novo, afirmando a própria Companhia manter “as mais amistosas relações com o Governo e as Autoridades Públicas, relações baseadas numa compreensão e confiança mútua” (“Na Assembleia Geral”, 1938: 11). Tal proximidade evidenciou-se, desde logo, no facto de, como vimos, Sir Alexander Roger se relacionar diretamente com Salazar (V.2.2.), tendo-o visitado nos anos 1930 “nas ocasiões em que se deslocou a Portugal” (Santos, 1999: 155) e também durante a aludida crise negocial advinda nos anos 1940. Além disso, nas inaugurações oficiais das suas estações a Companhia logrou obter a participação de presidentes de câmara e de autoridades regionais (Santos, 1992), de ministros<sup>764</sup> e do presidente da República<sup>765</sup>. Acresce que em alguns desses eventos inaugurais foi descerrado o retrato oficial do presidente da República e do presidente do Concelho (“Estação ‘Estrela’”, 1937). Note-se que, pelo menos a partir dos anos 1920, Armando Ferreira intervinha nas relações com o poder político, o que é ilustrado

<sup>759</sup> *Id.*, carta de Guilherme Ivens Ferraz à administração da ATP [janeiro de 1925].

<sup>760</sup> *Diário da Câmara dos Deputados*, Sessão n.º 56, de 27 de março de 1925, p. 15.

<sup>761</sup> *Id.*, *ibid.*

<sup>762</sup> AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço 1911-1927, O/S n.º 3217, de 23 de janeiro de 1925.

<sup>763</sup> Em 1928, a propósito da mudança do regime tarifário, *A Situação* denunciou a influência da APT junto do Governo, tendo informado que “a *Anglo-Portuguese*, não podendo *convencer*, tentou servir-se da Ditadura para *vencer*” (“Os telefones”. ‘A Situação’”, 1928: 5).

<sup>764</sup> Veja-se por exemplo a inauguração dos telefones automáticos na Estação Norte, ocorrida em 1934, na qual, além do Presidente da República, participaram os ministros do Interior, da Guerra, dos Negócios Estrangeiros e do Comércio (“O Chefe do Estado”, 1934).

<sup>765</sup> Óscar Carmona efetuou em 1928 a primeira ligação telefónica internacional e visitou o stand da APT no I Salão de Outono da Elegância Feminina & Artes Decorativas ‘Voga’. Em 1930, em 1934, em 1937 e em 1946 inaugurou, respetivamente, a automatização das estações da Trindade e Norte (Rollo, 2009b), da Estrela e de Sintra, e do Campo Pequeno (Santos, 1992; 1999). Em 1934, concedeu a Ordem de Cristo a Frederick W. Kerr, administrador da APT em Londres (“A morte”, 1938).

pelo facto de participar nos atos oficiais da APT, incluindo as inaugurações, e não só<sup>766</sup>, cabendo-lhe a sua organização e coordenação<sup>767</sup>. Mais relevante, é o facto de ter representado, operacionalmente, a APT junto dos ministérios seus clientes<sup>768</sup>.

A nível parlamentar, a APT foi, como vimos (V.2.2.), contestada tanto ao nível do Senado como da Câmara dos Deputados e da Assembleia Nacional (Anexo Q). As críticas incidiram, genericamente, no preço excessivo do serviço telefónico, no desrespeito do contrato celebrado com o Estado português, nos abusos tarifários praticados, no mau serviço, no mau atendimento do público por parte dos funcionários, no desinteresse da APT pela resolução das suas diversas ineficiências técnicas e operacionais e mesmo na utilização da mentira. Tal indicia a prática do modelo do Agente de Imprensa/Publicista, pois tipifica, nomeadamente, uma atitude do tipo “o público seja enganado/”o público que se dane”, vendo a APT o público como uma entidade passível de ser enganada, explorada e abusada. Que esse modelo era praticado mesmo nas relações com os parlamentares, testemunhou-o o senador José de Pádua quando, em abril de 1914, interpelou, no Senado, o ministro do Fomento. As suas declarações (cf. V.2.2., p. 221) ilustram como a APT atacava e maltratava os públicos que desafiavam as suas posições e os seus interesses. Por outro lado, os próprios senadores eram directamente visados pelo mau serviço telefónico e, em particular, pelo desinteresse dos funcionários da APT pelo serviço aos clientes, tal como notou, em 1919, Severiano José da Silva (Anexo Diário do Senado).

Quanto às relações da APT com o poder regulador, a imprensa dos anos 1920 denunciou a existência de conluio entre aquela e o fiscal do Governo – que afirmou serem “sempre cordiais e amistosas as relações com a Companhia dos Telefones”<sup>769</sup> –, criticando o seu comportamento omissivo face às obrigações contratuais a que a Companhia estava sujeita (cf. V.2.6.). Tais notícias foram principalmente difundidas por *O Século* (“Está lá?”, 1922) e por *O Libertador*<sup>770</sup>, sendo certo que em alguns casos o fiscal do governo usava nos seus

<sup>766</sup> Em agosto de 1924, integrou a comitiva da administração e da direção da APT que recebeu o ministro do Comércio na Estação Norte (“O sr. ministro do comércio...”, 1924)

<sup>767</sup> Tal se depreende da notícia que *A Voz Pública* publicou em 1925, a propósito da inauguração da estação da Trindade, informando que “Armando Ferreira, andava numa roda viva, só para que os convidados levassem as melhores impressões daqueles momentos de festa” (“Companhia dos Telefones. A nova estação”, 1925: 1). Também o *A Época* deu nota, em 1926, do papel de A. Ferreira nesses eventos (“Às 11 horas”, 1926).

<sup>768</sup> Veja-se a carta que em 1928 enviou ao Secretário Geral do MI, informando-o da reparação de uma avaria num dos telefones daquela instituição (ANTT, Min. do Interior, Sec. Geral, mç. 335, liv. 10, n.º 7/23).

<sup>769</sup> Cf. AHFPC, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1921, de 30 de setembro de 1922, fl. 186.

<sup>770</sup> Em março de 1924, insatisfeito com o serviço telefónico, *O Libertador* escreveu que “seria interessante saber onde para o comissário do governo que é virgem com certeza para lhe pedirmos providências, mas S. Ex.<sup>a</sup> goza as boas luvas que lhe dão” (“À inofensiva”, 1924: 3). No final do mês, perguntou se “a Companhia dos Telefones supõe que o delegado do governo, «essa cara de parvo» que há de ser justificado com granadas [...], é

relatórios anuais, dirigidos à AGCT, os argumentos, *ipsis verbis*, que a APT utilizava para defender junto daquela instituição o regime de tarifa por chamadas<sup>771</sup>.

### VI.3.2. Relações com os empregados

A comunicação da APT com os seus empregados remonta, pelo menos, aos anos 1910 e 1920, período que foi, como vimos (V.2.3.), marcado por um ambiente de contestação laboral e por uma cultura empresarial associável a uma visão assimétrica das RP (V.2.7.).

Tal cultura assentava nas ordens de serviço, que eram nas referidas décadas o principal, se não o único, veículo de comunicação interna na APT, sendo distribuídas, nomeadamente, através da afixação no local de trabalho (“A greve dos telefones. O Atentado”, 1920: 2). Traduzindo uma atitude essencialmente normativa<sup>772</sup> e punitiva<sup>773</sup>, alertavam para a necessidade de um comportamento adequado dos funcionários e informavam das sanções<sup>774</sup> a aplicar àqueles que, por uma conduta negligente ou não eficiente, descuidassem o serviço, dando azo à apresentação de reclamações<sup>775</sup> por parte dos assinantes. Comunicavam também normas para a utilização das instalações da empresa e sobre civismo.

---

bastante garantia das suas asneiras?” (“Telefones”, 1924a: 1). Em abril, voltou a perguntar: “o delegado do Governo, esse grande pulha onde é que se encontra?? E não vem um 19 de outubro para tratarmos de tudo isto a sério!” (“Os telefones”, 1924a: 3). Em março de 1925, afirmou que o “delegado do Governo junto desta Companhia é um vadio sem cotação” (“À honestíssima”, 1925b: 2) e que “basta ser afilhado, filho, sobrinho, criado, lacaio, limpa-vias do sr. António Maria da Silva [diretor geral da AGCT] para ser um cavalheiro sem cotação, sem qualquer espécie de dignidade: É vadio. Mas vadio *categorizado*” (“O representante”, 1925: 2).

<sup>771</sup> Compare-se a documentação que a APT remeteu em 1919 à AGCT (AHFPC, espólio APT, A001092, Revisões das tarifas da APT, efetuadas de 1918 a 1924, carta, relatório e documentação, de 12 de maio de 1919, que o diretor delegado da APT enviou ao administrador geral da AGCT) com o relatório que o fiscal do Governo junto da APT apresentou à AGCT em 1923 (*Id.*, A001094, *Relatórios do Fiscal do Governo junto da APT, 1915 a 1923*, relatório de José de Sousa, referente ao ano de 1922, de 10 de outubro de 1923).

<sup>772</sup> Determinavam, por exemplo, a forma como os empregados da APT deviam atender o telefone (AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949), O/S n.º 3343, de 29 de outubro de 1929).

<sup>773</sup> Numa das ordens de serviço, determinava-se que “de futuro no caso de qualquer irregularidade ou mau serviço proceder-se-á rigorosamente contra os responsáveis” (AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço 1911-1927, O/S n.º 2857, de 30 de junho de 1911, p. 35).

<sup>774</sup> Através de uma ordem de serviço, o administrador geral da APT dirigiu-se ao chefe de tráfego da estação central, solicitando que ordenasse a uma sua colaboradora a defesa perante um conjunto de faltas que sob ela pendiam. Consideradas como “todas prejudiciais ao bom serviço da Companhia” (AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço 1911-1927, O/S n.º 2835, de 20 de maio de 1911, p. 12) acabaram por levar ao despedimento da funcionária (*Id.*, O/S n.º 2839, de 25 de maio de 1911).

<sup>775</sup> Entre as reclamações, surgem, por exemplo, a interrupção e escuta das conversas pelos colaboradores da companhia (AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço 1911-1927, O/S n.º 3021, de 13 de maio de 1912).

Desconhecendo-se o papel que F. Frick desempenhou nesse período, A. Ferreira, mais do que comunicar internamente, ter-se-á centrado, numa primeira fase, na minimização das notícias desfavoráveis geradas pelos conflitos laborais. Em 1920, confrontado com atos de sabotagem realizados por empregados da APT, atuou como porta voz da Companhia e terá também promovido a publicação de um anúncio, visando recuperar as peças roubadas (“O pessoal dos telefones”, 1920a: 2). Em 1922, foi entrevistado por *A Capital*, tendo desvalorizado a greve (“Vai declarar-se a guerra dos telefones?”, 1922: 1). Em 1924, por ocasião da greve de novembro, a APT publicou em 13 jornais<sup>776</sup> um comunicado em forma de aviso/anúncio através do qual pretendeu explicar a sua posição<sup>777</sup>. Reagiram no mesmo dia os grevistas, que consideraram que “o aviso está cheio de inexactidões” (“O pessoal dos telefones e a razão”, 1924: 2), o que remete para o modelo do Agente de Imprensa/Publicista.

A partir do final dos anos 1920, sob a administração de William Pope, (n. 1880) iniciada em 1920, parece ter-se dado uma metamorfose nas relações com os empregados, tendo sido introduzidas melhorias quanto à formação, integração e bem-estar dos mesmos. Assim, em 1927 foi criada a Secção de Instrução (Cunha, 1937) e em 1928 foi constituído o Grupo Desportivo dos Empregados da Companhia dos Telefones, iniciativa que teve o apoio da gerência da APT (“Grupo Desportivo”, 1928). Na década seguinte, deram-se importantes melhorias na assistência aos funcionários através da criação, em 1934, da Caixa de Pensões<sup>778</sup> – de cuja direção fazia parte A. Ferreira (“A atividade”, 1937), o que pode indiciar alguma ligação desta iniciativa social com a política de RP da companhia –, da constituição, em 1937 de uma Caixa de Auxílio ao Pessoal (Santos, 1992) e da realização, em 1938, de uma campanha anti tuberculose, desenvolvida por uma comissão de assistência integrada, entre outros, por A. Ferreira (“Acção social”, 1938; “Assistência”, 1938). A APT apoiou também algumas realizações do SNTOCDL<sup>779</sup> e do SNTDP, tendo participado nas conferências realizadas nas instalações do primeiro sindicato, nas quais intervieram como oradores A. Ferreira (“As conferências”, 1937) e Raúl de Oliveira (“A 2.ª conferência”, 1938).

Nos anos 1930, iniciou-se, por outro lado, um conjunto de iniciativas que visavam criar nos empregados um sentimento de pertença ao que a gestão da APT apelidava de “família

---

<sup>776</sup> Incluindo alguns dos que lhe eram tradicionalmente favoráveis – *Voz Pública*, *O Radical* e *A Capital* (VI.3.5.) – e um periódico de que fora diretor, o *Jornal da Europa*.

<sup>777</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 (1923-1928), p. 51 [aviso de 11-11-1924].

<sup>778</sup> Que em 1936 se transformou na Caixa de Pensões e Reformas e em 1943 foi integrada na Caixa de Previdência dos Telefones. Da direção de ambas faziam parte A. Ferreira e Mello Portugal (Santos, 1992).

<sup>779</sup> Nomeadamente uma festa de beneficência realizada em 1937 com o objetivo de angariar fundos para os empregados sócios e não sócios daquela agremiação (“Duas festas telefónicas”, 1937) e a festa de Natal de 1938, na qual participaram, entre outros, o administrador geral da APT e Luís Ferreira, que organizou uma “«matinée» infantil” (“O Natal”, 1938: 10), traduzindo o envolvimento da SCP na festa.

telefónica” (“Solidariedade”, 1937: 2) e de “comunidade” (Pope, 1937: 2), o que traduz o modelo de Duas-vias Assimétrico, pois significava a sua instrumentalização/subjugação. Inscreveram-se nessa lógica eventos como o Baile do Pessoal da APT, criado em 1933 (“Tornar-se-á”, 1937; “Impressões”, 1937), o passeio à Figueira da Foz<sup>780</sup>, realizado em 1934, em que pela primeira vez “a direção almoçou com o pessoal de Lisboa e Porto”<sup>781</sup> (F., 1937: 14), funcionando como encontro alargado dos empregados da Companhia, o concurso de eleição da Miss Telefones (“Vamos eleger”, 1937), o hino da APT (“Vamos ter”, 1937), o evento anual «Telefone em Festa», realizado entre 1936 e 1938 como festa do pessoal da APT no Porto (Mourão, 1937; Júnior, 1937, 1938), e a revista teatral «Nove... Quatro»<sup>782</sup> (Luís Ferreira, 1938; “A récita”, 1938; “Um grande êxito”, 1938). Esta última foi escrita para ser representada em Lisboa, em fevereiro de 1938, num espetáculo da Caixa de Auxílio ao Pessoal da APT, tendo como autor do texto Luís Ferreira. Quanto a A. Ferreira, protagonizou pelo menos um evento dirigido aos empregados, nomeadamente a homenagem, em 1938, a W. Pope (“Mr. Pope”, 1938; “Uma homenagem”, 1938).

Igualmente significativas foram as mudanças na forma e no conteúdo da comunicação interna. Assim, às ordens de serviço juntou-se, entre janeiro de 1937 e dezembro de 1938, o boletim mensal *Telefones*, ao qual a administração da APT procurou dar “a maior circulação entre o pessoal da Companhia”<sup>783</sup>.

Editado pela Secção de Publicidade e tendo como diretor e editor, respetivamente, Luís Forjaz Trigueiros e Luís Ferreira (1897-1959), ambos jornalistas<sup>784</sup>, o referido periódico era um órgão de integração dos trabalhadores na orgânica da APT<sup>785</sup> e também uma plataforma de doutrinação e de formação. Tal se infere de alguns artigos ali publicados por A. Ferreira (1937, 1938) e por Luís Ferreira (1937) – que se referiu aos trabalhadores como

<sup>780</sup> No contexto desse passeio, a SCP da APT publicou um número único e especial do jornal *O Telefone*. Em 1937, efetuou-se um passeio só para os empregados da Secção de Montagem e Oficinas (“Vida social”, 1937).

<sup>781</sup> Nos anos 1930, existem referências a diversos almoços com os trabalhadores por iniciativa do Administrador Geral da APT (“Cooperação”, 1937) e das diferentes secções da Companhia (“Um exemplo”, 1938).

<sup>782</sup> Cf. ANTT, SNI, Direção Geral dos Serviços de Espetáculos, proc. 1795, o fomento do sentimento de pertença à família da APT encontra-se, por exemplo, no texto de uma das canções que integram a revista: “O pessoal da A.P.T. / Que trabalha e produz / Uma família unida / Que encanta e seduz / Com um sorriso nos lábios / E ao trabalho cingidos / Companheiros e amigos / Marchamos todos unidos” (p. 51).

<sup>783</sup> AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949), O/S n.º 3660, de 25 de março de 1937, p.1.

<sup>784</sup> Luís Ferreira foi jornalista, nomeadamente, de *O Século* e de a *República* (“Luís Ferreira”, 1959).

<sup>785</sup> Tendo publicado diversos artigos com tal propósito, nomeadamente uma série relativa ao funcionamento das diferentes direcções de serviço da APT (“Como trabalha a Secção de Instrução”, 1937; “Como trabalha a Secção de Cabos”, 1937; Valle, 1937; “Como trabalha a Secção de Linhas no Porto”, 1937) e outra dedicada às estações telefónicas, intitulada “A volta ao Mundo da A.P.T. (“I – Sesimbra”, 1937; “II – Sintra”, 1937; “III – Estoril”, 1938; “IV – Douro”, 1938; “V – Benfca”, 1938; “VI – Belém”, 1938; “VII – Poço do Bispo”, 1938; “VIII – Lumiar”, 1938).

psicólogos<sup>786</sup> e “diplomatas da Companhia” (p. 2) –, através dos quais se construiu o orgulho de se ser empregado da APT<sup>787</sup> e se afirmou, por exemplo, a importância do bom atendimento ao público<sup>788</sup>.

Presidiu à criação do boletim o desejo de a APT iniciar “um ciclo novo nas relações entre todos os membros da grande família telefónica” (“Primeiras palavras”, 1937: 2) e de contribuir para “um espírito de mútua compreensão entre todo o pessoal da A.P.T.” sob o lema “Cooperação. Unidade. Trabalho” (*Id., ibid.*).

A enunciação de tais objetivos, particularmente a questão da mútua compreensão, parece configurar a prática do modelo de Duas-vias Simétrico, entendendo-se que o referido modelo tem como característica o posicionamento do departamento de RP como um mediador entre a administração da empresa e os públicos com os quais se relaciona. Ao referir que “ninguém por timidez ou temor, guarde as suas dúvidas, não diga das suas próprias interrogações” (*Id., ibid.*), o primeiro editorial deixa transparecer uma comunicação de duas vias, o que se efetivou através, nomeadamente, da secção dedicada à colaboração dos empregados (“Colaboração do Pessoal”, 1938). O facto de *Telefones* ter publicado, ainda que ocasionalmente, notícias com conteúdos desfavoráveis à APT<sup>789</sup> pode tipificar, por outro lado, a prática do modelo da Informação Pública pois traduz da parte dos responsáveis do boletim a atuação como jornalistas, que de facto eram, providenciando informação objetiva e neutral.

Nos anos 1930, a administração da APT parece ter passado a valorizar o direito dos trabalhadores à informação, característica atribuível, igualmente, ao modelo de Informação Pública. Tal se infere de um editorial publicado em *Telefones*, através do qual se fez, “a conselho do Administrador geral da Companhia” (“Os empregados”, 1938: 2), a divulgação de trechos do relatório anual da Companhia dos Telefones da Flórida que podiam “*abrir novos horizontes a todos que trabalham na A.P.T.*” (*Id., ibid.*). Num dos trechos selecionados referia-se que:

<sup>786</sup> Segundo Luís Ferreira (1937), “dentro do possível, o funcionário deve ser psicólogo, graduando a sua maneira de agir conforme a pessoa que se lhe depara” (p. 2.).

<sup>787</sup> Refere A. Ferreira (1937) que “hoje [...] o mais modesto groom, em qualquer parte que se encontre, mais afastado do serviço da Companhia, e mais fora das horas de trabalho, sente orgulho e apaixonou-se por tudo que seja telefones, serviço da sua Companhia. Há um instinto em defender, explicar, estar sempre pronto para o serviço moral da Companhia” (pp. 2 e 11).

<sup>788</sup> Veja-se o artigo que A. Ferreira (1938) publicou sob o título “As 10 máximas mínimas do Apêiteista” (p. 2).

<sup>789</sup> Vejam-se as críticas e reivindicações apresentadas pelos trabalhadores (Cardoso, 1938) e o espaço editorial concedido ao SNTOCDL, no âmbito do qual foram publicados textos desfavoráveis à APT (Figueiras, 1937). Merece destaque a entrevista efetuada ao presidente daquele sindicato, que proferiu críticas à Caixa de Pensões e Reformas da APT e à administração da APT (Nunes, 1938). A Companhia reagiu publicando, anexa à entrevista, uma nota da redação de A. Ferreira – que desvalorizou as críticas (Ferreira, 1938c) –, e, na edição seguinte, as reações do entrevistado, do entrevistador e de A. Ferreira (“Uma entrevista”, 1938).

*«Para obter maior eficácia é importante e necessário que os empregados estejam satisfeitos e felizes no seu trabalho, e que as mais harmoniosas relações existam entre a gerência e os trabalhadores. E como podemos nós saber se os empregados estão satisfeitos e que trabalham de boa vontade se não os informamos das condições do negócio, da marcha da empresa como fazemos aos acionistas?» (Id., ibid.).*

Outra das transcrições pode evidenciar que começou a impor-se na APT a ideia do departamento de RP como mediador entre a administração e os públicos. Isso mesmo se infere de um excerto do referido editorial:

*O serviço telefónico é amplamente um serviço pessoal, pois no fundo, toda a ligação põe em contacto um cliente com um empregado da Companhia, ou com o seu trabalho. É essencial, pois que cada empregado compreenda, e ponha em prática a política da Companhia.*

*Toda a gerência deve compreender que as atitudes favoráveis do público para com a Companhia, são largamente influenciadas pela apreciação dos esforços dos empregados desejosos de fornecer um serviço real, eficiente e cheio de cortesia» (Id., p: 3).*

Que a partir dos anos 1930 houve uma mudança na forma da APT encarar a relação com os seus empregados<sup>790</sup> provam-no as publicações, já referidas, que a Companhia dedicou nessa década e na seguinte às RP (APT, 1934a; 1948; Portugal, 1948). Numa delas, informou a APT que “as relações entre a Companhia e o Pessoal são um assunto [...] basilar para a vida normal da Companhia e basilar para o bom desempenho do papel que na sociedade lhe compete” (APT, 1934a). Assumiu mesmo que se comportava “como *patrão*, procurando pelo seu trabalho dar o desenvolvimento à sua indústria, e olhando paternalmente para os seus empregados” (APT, 1934a: 3), o que reforça a prática do modelo de Duas-vias Assimétrico.

Nos anos 1940, era já evidente, pelo menos no discurso, que a APT se obrigava à partilha de informação com os empregados, o que configura o direito à informação associado ao modelo da Informação Pública. Nesse sentido, referia que “a orientação geral do trabalho da Companhia, dos seus desenvolvimentos [...] deve ser do conhecimento geral dos empregados” (APT, 1948: 9), o que fazia com o intuito de que qualquer funcionário pudesse “explicar os projetos da Companhia, aliciando assim o público e as autoridades” (Id., p. 10). Subjacente a tal posição estava também o reconhecimento do impacto dos trabalhadores na imagem da empresa<sup>791</sup>, através do atendimento do público por parte das

<sup>790</sup> A visão que passou a vigorar na comunicação da APT era a de que “o sucesso duma Empresa depende em grande parte do contentamento e do bem-estar do seu pessoal” (“Na Assembleia Geral”, 1938: 11).

<sup>791</sup> No referido folheto lia-se: “vós sois a «Companhia». Vós – qualquer que seja o vosso cargo – constituís a Companhia, não só perante vós próprios, mas também perante os seus Assinantes, e perante os vossos amigos e vizinhos. O que vós dizeis – ou deixais de dizer, traduz sempre a atitude da «Companhia»” (APT, 1934a: 3);

diferentes tipologias de funcionários<sup>792</sup>, afirmando a APT que “à ação pessoal do empregado cabe o [...] sucesso nas relações com o público” (APT, 1948: 10).

Nos anos 1940, a APT procurou, igualmente, fomentar nos empregados uma política de verdade nas suas relações com os clientes, o que tipifica o modelo da Informação Pública. Afirmava a Companhia que “o papel do empregado que recebe uma reclamação não é fazer um discurso, ou dizer umas coisas, com o intuito de embrulhar o Assinante até o fazer pedir desculpa de se ter dirigido com uma reclamação” (APT, 1948: 19)

Note-se ainda o enfoque na construção da cooperação interna ao comunicar-se que “a amigável cooperação entre Secções é tão importante como entre empregados. Não deverão existir «barreiras d’arame farpado» entre as Secções da vossa Companhia” (APT, 1934a: 8). Defendia a APT que “só num ambiente de compreensão e tolerância, que não exclui a disciplina, se poderá criar um estado de espírito coletivo, que permita as grandes realizações” (Portugal, 1948: 12), o que configura uma visão simétrica das RP no que se refere ao valor do equilíbrio em movimento (II.2.5.), remetendo para o modelo de Duas-vias Simétrico, que lhe está associado.

Essa mesma visão encontra-se patente no conjunto de iniciativas que Portugal (1948) elencou para “melhorar e suavizar as condições de trabalho” (p. 14), o que tipifica o valor da responsabilidade e a conseqüente tentativa da APT eliminar as conseqüências adversas da sua atividade. Portugal (1948) mencionou, aliás, o “despertar de uma consciência social” (p. 15) por parte dos acionistas empresariais, referindo-se à “consciência da responsabilidade social” (*Id.*, *ibid.*). Reforça também a prática do modelo de Duas-vias Simétrico a afirmação de Portugal (1948) de que “há que compreender os empregados, conhecer-lhes os seus problemas” (p. 12), o que evidencia a procura do diálogo, característica do referido modelo. Mais importante ainda é a objetivação que Portugal (1948) fez da minimização dos conflitos<sup>793</sup>, outra característica típica do modelo em causa, que pressupõe que o departamento de RP age como mediador entre a empresa e os públicos.

---

“os que antipatizam com a Companhia, não o fazem por causa dos seus edifícios ou dos materiais ou maquinismos, mas sim, na maioria dos casos, pela impressão que colheram no decurso do contacto pessoal com algum empregado” (*Id.*, p. 4); “a nossa reputação, o nosso Capital, as nossas belas Estações de nada valem desde que no nosso Ativo não figure aquela grande verba: – a confiança do público” (*Id.*, p. 8).

<sup>792</sup> Incluindo empregados de balcão, telefonistas, montadores, cobradores, pessoal de cabos e linhas e porteiros e cabineiros (APT, 1948).

<sup>793</sup> Afirmou Portugal (1948) que: “o que a empresa pretende dos seus empregados é, em resumo, que sejam os seus melhores e mais entusiastas colaboradores. O que o empregado espera da empresa é segurança ou estabilidade, remuneração justa, e reconhecimento da sua posição em relação ao conjunto. Para que estas duas peças da mesma máquina trabalhem sem atritos, para que o ambiente necessário à manutenção daquele espírito se desenvolva, há processos que hoje em dia nenhuma empresa deixará de pôr em prática” (pp. 12-13).

### VI.3.3. Relações com a comunidade

Ao nível das relações com a comunidade, uma das preocupações da APT foi a mudança da percepção que o público em geral tinha da Companhia e do serviço telefónico, objetivo prosseguido através de diversas iniciativas.

Uma delas foi a abertura das suas instalações ao público, o que indicia a prática do modelo da Informação Pública, pois traduz a vontade de acolhimento do público e um esforço no sentido de aquele verificar, por si mesmo, a forma como o serviço telefónico se encontrava organizado. Deu-se, assim, a abertura das centrais telefónicas ao público, que foi por vezes convidado a visitá-las (“Uma palestra”, 1932), o que se prendia, nomeadamente, com o facto de a Companhia entender que a complexidade do serviço telefónico era invisível para os seus utilizadores<sup>794</sup>. Nesse mesmo sentido, a APT promoveu, também visitas de estudo às suas instalações. A primeira de que há registo foi efetuada por um grupo de 20 engenheiros, que em maio de 1925, em articulação com a Associação dos Engenheiros Civis Portugueses, visitaram a estação Norte, tendo sido recebidos, nomeadamente, por A. Ferreira (“Visitas de estudo”, 1925: 2). Em abril de 1937, foi a direção da ACLL que visitou a APT, uma vez mais com a participação de A. Ferreira (“Uma visita”, 1937).

A APT recorreu também ao cinema, tendo aproveitado a estreia do filme norte-americano *Uma avaria no telefone*<sup>795</sup>, exibido em 1935 no cinema Odeon, para convidar o público de Lisboa a perceber a importância do telefone na vida urbana e o caos que representaria o serviço deixar de funcionar<sup>796</sup>.

A questão das greves mereceu especial atenção nas relações com a comunidade já que, como referido, as mesmas geravam notícias desfavoráveis à APT. Em janeiro de 1920, na sequência de uma longa greve (V.2.3.), a APT enviou uma nota oficiosa à imprensa. Nela informou que “a direção da Companhia dos Telefones, não desejando que se lhe atribuam propósitos de indiferença, de má vontade ou de intransigência na greve [...], deseja expor ao público os passos que tem dado para solucionar o conflito e que demonstram o espírito conciliatório e de sacrifício da Companhia” (A greve dos telefones”, 1920a: 3). Ficou assim

---

<sup>794</sup> Segundo a APT (1934a), “a maior parte do trabalho despendido numa Companhia de Telefones passa-se sem que o público o veja. O público só vê o aparelho telefónico na parede ou em cima das mesas, e quase que desconhece a existência do vasto sistema de cabos, conduções e fios das instalações de uma grande Estação, que está além disso cheia de aparelhos caríssimos e de grande quantidade de empregados e empregadas que mantêm o serviço. Se todo o serviço telefónico estivesse mais à vista do público, como por exemplo os serviços dum Caminho de Ferro, talvez o público se não queixasse tanto das tarifas telefónicas” (p. 21).

<sup>795</sup> No original, *Looking for trouble* (1934).

<sup>796</sup> AHFPC, espólio APT, A001640, Livro de Publicidade, Vol. 2 (1932-1935).

demonstrada uma atitude do tipo “o público tem o direito a ser informado”, atribuível ao modelo da Informação Pública.

Ao nível do contributo das RP, podem, contudo, encontrar-se na nota alguns indícios da prática do modelo do Agente de Imprensa/Publicista, nomeadamente quanto ao entendimento da APT como uma entidade justa e bondosa, mas que recorre ao ataque público àqueles que desafiam a sua posição. Veja-se, nesse sentido, a afirmação da Companhia de que tendo apresentado um conjunto de propostas aos seus empregados “com toda a boa vontade, não fazendo perseguições algumas ou levantando suspeições sobre os atos de «sabotagem» com que a greve se iniciou, a Companhia esperava ver modificada uma atitude mal aconselhada do seu pessoal” (*id.*, *ibid.*).

A APT mantinha também relações com a polícia, com início ainda no século XIX (Rocha, 1938), a cujo corpo enviou em março de 1920 o seguinte ofício:

A direção da Companhia dos Telefones vem muito respeitosamente agradecer a V. Ex.<sup>a</sup> e a todos os seus subordinados a forma como auxiliaram a Companhia na manutenção da ordem, na garantia de liberdade de trabalho e principalmente na proteção a todos os materiais, estações e mais pertences da Companhia, durante a greve do seu pessoal (“O pessoal dos telefones”, 1920b: 3).

Os primeiros indícios de uma ação filantrópica por parte da APT são visíveis em 1924, através dos descontos tarifários que concedia ao Asilo-Escola António Feliciano Castilho (“Quanto a auxílios”, 1924). A APT subsidiava também iniciativas culturais, o que foi visível quando na inauguração da estação de Pêro Pinheiro, em 1927, ofereceu “um belo donativo à filarmónica que abrilhantou a festa” (“Em Pero Pinheiro”, 1927: 7). A vertente filantrópica foi ainda manifestada na colaboração que a Companhia manteve com a Colónia Balnear Infantil de *O Século* – à qual ofereceu, em 1927 e em 1928, a instalação gratuita de um telefone (“Colónia Balnear”, 1928) – e a Casa Pia (Santos, 1992). Para além disso, colaborava nas festas da cidade de Lisboa, intervindo em diversas atividades<sup>797</sup>.

O objetivo da APT ao envolver-se em iniciativas sociais e culturais foi bem definido nos anos 1940 quando enunciou que “há [...] na política geral de bem servir, uma ação indireta mas de efeitos seguros, é a cooperação dos serviços da Companhia com todas as manifestações sociais, desportivas e mundanas” (APT, 1948: 8). Referia a Companhia que “por toda a parte deve haver um telefone, no vapor que atraca, na Exposição que abre, no desafio sensacional, na feira, no congresso, nacional ou internacional: é uma ação de presença que tornará familiar e oportuno o serviço telefónico” (*Id.*, pp. 8-9).

Ainda subjacente à política de relações com a comunidade estava um axioma que a APT enunciou em 1934 ao afirmar que “a nossa reputação, o nosso Capital, as nossas belas

<sup>797</sup> AHFPC, espólio APT, A001640, Livro de Publicidade, Vol. 2 (1932-1935).

Estações de nada valem desde que no nosso Ativo não figure aquela grande verba: – a confiança do público” (APT, 1934a: 8). Nesse sentido, entendia-se que a Companhia devia comportar-se “como um *cidadão*, contribuindo para o progresso do país” (Id., p. 3). Em conformidade, na década seguinte a atitude da APT face às questões sociais sofreu uma alteração, o que é visível pela forma como reagiu à campanha da LPPS a favor do casamento das telefonistas (cf. V.2.4.). De facto, a Companhia acabou por seguir a via da cooperação, tal como se infere da resenha da própria LPPS (1950), que notou que a APT “reconheceu o erro da sua atitude” (p. 26), elogiando-a por “muito honestamente ter feito *mea culpa*” (Id., *ibid.*). Tal atitude é compaginável já não com o modelo do Agente de Imprensa/Publicista, mas sim com o de Duas-vias Simétrico<sup>798</sup>.

#### VI.3.4. Relações com os clientes

Nas décadas de 1910 e 1920, a APT terá adotado nas relações com os seus clientes o modelo do Agente de Imprensa/Publicista. De facto, logo ao nível do contributo das RP é visível o facto de A. Ferreira e o departamento que passou a gerir a partir de 1928 terem atuado como uma entidade que advoga a justeza, a honestidade e a bondade das posições da APT face aos seus públicos, gerindo os conflitos a partir do primado da razão e da inocência da Companhia.

A. Ferreira recorreu mesmo ao ataque aos públicos que desafiavam os pontos de vista e interesses da APT, o que ficou patente nos dois artigos que publicou em março de 1919 em *A Capital*. Segundo ele (1919a), o desagrado que havia por parte dos clientes relativamente à APT só tinha “de recair sobre o próprio público” pois a causa das reclamações sobre o serviço telefónico não estava “no material da companhia que é do primeiro atualmente empregado em todo o mundo, nem da [sic] má vontade das empregadas. Há outras causas, partindo do próprio subscritor e da injusta compreensão que ele tem pela verdadeira utilidade de um telefone” (p. 2).

Nesse sentido, e reiterando que “a principal causa da má reputação dos telefones, reside nos próprios consumidores” (Ferreira, 1919b: 1), criticou-os e responsabilizou-os com recurso à exploração de estereótipos sociais e de género, apontando-lhes também a falta de educação cívica.

Para A. Ferreira, existia ainda uma especial má vontade do público para com a APT, o que o levou a afirmar que a Companhia “não pode servir com mais boa vontade o público

---

<sup>798</sup> Neste modelo, como notámos, o contributo das RP baseia-se no entendimento do departamento de RP como agente de mediação que visa a negociação nos conflitos e o estabelecimento de consenso, e a natureza da comunicação assenta no diálogo entre uma organização e o seu público, podendo este levar à modificação das atitudes e comportamentos de ambos.

que contra ela reclama por tudo, enquanto, nos elétricos pagando mais do que o dobro de outros tempos, se apinha nas plataformas, não tem gás para iluminação, tem um serviço telegráfico de 15 metros à hora, e vive para todos sorridente e calmo” (1919<sup>a</sup>: 2).

Independentemente de à época A. Ferreira ser, ou não, empregado da APT, tal linha de comunicação, que foi criticada pela imprensa dos anos 1920 (Moniz, 1928b), emanava da própria Companhia. Prova-o o facto de *O Século*, na visita que fez às instalações da APT no início de 1919, ter adotado os mesmos argumentos<sup>799</sup>.

Note-se, contudo, que A. Ferreira apontou deficiências na comunicação da APT, parecendo defender o direito do público a ser informado, o que tipifica o modelo da Informação Pública. Nesse sentido, informou através de *A Capital* que:

Até hoje nunca o público foi informado da forma como aquele emaranhado serviço, tão delicado como complicado, funciona; nunca se lhe deu instruções algumas sobre a forma de proceder no uso de objetos tão melindrosos como os telefones, de forma que tem havido sempre uma ausência grande de critério no seu uso e uma desconfiança enorme da parte do consumidor para com a companhia (Ferreira, 1919a: 1).

Sob a administração geral de William Pope, iniciada em 1920, começou a evidenciar-se, contudo, uma política comercial mais proativa e centrada no primado do cliente<sup>800</sup> e na propaganda<sup>801</sup>. Expressou-a uma OS dirigida a todos os funcionários:

[Pretendendo] a nova Gerência da Companhia melhorar os serviços telefónicos, vem lembrar a todos os seus empregados quais as principais condições para o bom funcionamento e bom nome da Companhia: o tratamento para com o público.

[Desde o] graduado chefe ao mais simples empregado, deve existir a ideia de que o público é quem paga [sublinhado no original] todo o serviço, as receitas da Companhia advêm exclusivamente dele, de forma que todos, sem exceção, devem usar do máximo respeito e boa vontade em prestar os serviços da Companhia de que estão encarregados [ilegível] e

<sup>799</sup> Também *O Século* responsabilizou a falta de civismo e os abusos do público pelo deficiente serviço telefónico e diferenciou, pela positiva, o serviço da APT relativamente aos demais serviços públicos. Nesse sentido, informou que “a Companhia [...] conseguiu manter através de todas as dificuldades originadas pela guerra os seus serviços numa regularidade superior aos serviços telefónicos dos outros países, e mesmo sem comparação com os serviços deficientíssimos de caminhos de ferro, viação, telégrafo, gás e eletricidade” (“Ouça o público”, 1919: 2).

<sup>800</sup> De acordo com António Marques da Silva, entrevistado em 1937, “só depois de ser Administrador Geral o sr. Pope é que a Companhia começou tomando o incremento que tem hoje” (“António Marques da Silva”, 1937: 13). Referiu aquele antigo funcionário da APT que anteriormente “o desenvolvimento da rede era moroso e lento. Não havia [...] muitas ambições telefónicas. Aceitavam-se os contratos tais como eles vinham ao nosso encontro” (*Id.*, *ibid.*).

<sup>801</sup> Com a nomeação de Pope “a cidade começou a falar em Telefones, a Companhia começou a crescer como nunca se previra” (“No aniversário”, 1938: 7).

removendo todas as dificuldades com maneiras as mais corteses e delicadas de forma a causar sempre boa impressão.

A Gerência espera que todos compreendam as vantagens [ilegível] dum tal procedimento que não dá origem a queixas nem reclamações desagradáveis para todos e para o bom nome da Companhia.<sup>802</sup>

Os primeiros sinais concretos da prossecução de uma tal política surgiram na década seguinte, associados à emergência da figura do angariador de clientes<sup>803</sup>, para o qual a Companhia criou “uma etiqueta e um modelo de comportamento, tornando-o um elemento de relações públicas que promovia a empresa” (Santos, 1999: 160).

Foi nesse contexto que a APT evidenciou uma transformação na relação com os clientes, a qual ficou patente nos conteúdos do seu boletim informativo e num pequeno conjunto de publicações editadas pela Companhia para instruir os funcionários, muito particularmente os envolvidos na função de angariador<sup>804</sup>.

Cronologicamente, os primeiros sinais de mudança surgiram em 1934, ano em que a APT definiu que “as boas relações com os assinantes [...] devem ser o ponto primordial da nossa vida de trabalho” (APT, 1934a: 4). Nesse âmbito, A. Ferreira considerou, em 1938, que “o assinante tem sempre razão. Pode às vezes estar equivocado” (Ferreira, 1938b: 2) e nos anos 1940 a APT passou a referir-se aos clientes como “«*senhor público*»” (Portugal, 1948: 46), afirmando que era necessário no trato com o mesmo proceder com “um justo equilíbrio” (*Id.*, p. 22). No âmbito da sua “política de Bem Servir o Público” (*Id.*, p. 44), em 1948 a Companhia distribuiu mesmo pelos empregados um impresso que os doutrinava sobre a forma como deviam perspetivar os clientes<sup>805</sup>.

Entre outras questões, principalmente a comercial, estava subjacente à orientação para a o cliente a ameaça da regulação associada à prestação de um “serviço público em regime

<sup>802</sup> AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço (1911-1927), O/S n.º 3137, de agosto de 1920, p. 345.

<sup>803</sup> Função desempenhada por funcionários da APT que recebiam comissões para captar novos clientes (Santos, 1992; 1999).

<sup>804</sup> Referimo-nos aos manuais *Relações com o Público (A Companhia, seu contracto e tarifas)* (APT, 1934a), *Relações com o Público* (APT, 1948) e *Instruções gerais para a educação de propagandistas* (APT, 1936).

<sup>805</sup> Informava a APT: “I – O *Assinante* é a pessoa mais importante que entra nos nossos escritórios. II – O *Assinante* não depende de nós; nós é que dependemos dele. É ele quem nos paga. III – O *Assinante* não é um estranho que vem interromper o nosso trabalho. O nosso trabalho é que é para ele. Não fazemos favor em o atender – ele é que faz favor em comparecer para nos dizer em que lhe podemos ser úteis. IV – O *Assinante* não é uma pessoa estranha à Companhia; faz parte do serviço telefónico que a Companhia assegura juntamente com ele. V – O *Assinante* não é um número numa estatística ou numa estação – é um ser humano com esperanças e emoções como nós. VI – O *Assinante* é a pessoa que nos vem dizer quais são as suas necessidades. O nosso dever e a nossa obrigação é atendê-lo com prontidão, com cortesia e com consideração” (Portugal, 1948: pp. 40-41).

de exclusividade” (APT, 1948: 5). Referia a APT que o cliente, “à menor falta que ele julga ser o não cumprimento de uma obrigação, ameaça recorrer para as entidades superiores” (Id., p. 5). As RP assumiram, conseqüentemente, um carácter estratégico, servindo para evitar a intervenção estatal, tal como se infere da seguinte afirmação:

Tem a Companhia deveres a cumprir perante o Governo, e a melhor forma de provar a sua capacidade para a realização da missão que lhe foi atribuída e garantida por concessão, é ter a seu lado o público, que o Governo deseja bem servir.

Todas as considerações levam pois a considerar o *público* como o primeiro objetivo das atenções e cuidados da Companhia (APT, 1948: 6).

O foco no cliente pode remeter para a prática do modelo de Duas-vias Simétrico, sobretudo se considerarmos o facto de a APT ter evidenciado nos anos 1940 visar, através das RP, obter algum entendimento com o público. Inscreveu-se nessa lógica a afirmação de que “a insistência em *slogans*, ou em modos de proceder quando se dá qualquer alteração de rotina [...] dará ao público a impressão de que a Companhia se interessa [...] para que o público seja bem servido cumprindo as regras, isto é, tem interesse em que se estabeleça o entendimento” (APT, 1948: 30). O facto de se falar em ‘impressão’ permite, contudo, inferir uma certa manipulação do público, o que remete para o modelo de Duas-vias Assimétrico. Ao afirmar, por outro lado, que “o Assinante tem direito a explicações” (APT, 1948: 15), a APT parecia também reconhecer o direito dos clientes à informação, o que remete para a prática do modelo da Informação Pública.

Quanto à natureza da comunicação estabelecida com os clientes, parece a mesma configurar a prática de modelos de duas-vias, dado que a APT evidenciou nos anos 1940 uma atitude de diálogo. Provam-no a instrução que dava aos seus funcionários no sentido de ouvirem “com cuidado tudo o que o assinante tem para dizer”<sup>806</sup> (Portugal, 1948, pp. 32-33) e a existência de departamentos orientados para a auscultação das reclamações dos clientes (Portugal, 1948). A APT estipulou também a necessidade de dar “resposta a todas as perguntas feitas pois nunca se deve deixar de responder cabalmente a todos os pontos tratados, nem menosprezar sugestões” (APT, 1948: 26). Havia, por outro lado, o cuidado de comunicar com veracidade e objetividade, instruindo a APT que os empregados em contacto com os clientes deviam fazer uso da “sinceridade, clareza e carácter prático” (Id., p. 30), “basear as respostas em factos” (Id., p. 33) e apresentar “os factos tais como eles se nos apresentam mas não se estabeleça discussão sobre eles, pois pode a razão não estar

---

<sup>806</sup> Relativamente ao assinante/cliente, a APT aconselhava os seus funcionários a “ouvi-lo com atenção” (APT, 1948: 32) e a “depois de satisfeitos os seus desejos ou restabelecida a situação normal dos seus aparelhos, inquirir sempre do seu contentamento e se deseja mais alguma coisa” (Id., p.33).

do nosso lado” (APT, 1934a: 6), o que remete para os modelos da Informação Pública e Duas-vias Simétrico.

A questão é, contudo, mais ambígua no que se refere aos efeitos da comunicação, que podiam ser tanto equilibrados como desequilibrados. O primeiro fenómeno ficou patente na seguinte declaração, através da qual se infere que a APT estava aberta a modificar a sua conduta operacional em função do diálogo<sup>807</sup>:

É norma da vossa Companhia ser o mais justa e equitativa possível para com os Assinantes, portanto, para melhor se poder formar uma opinião acerca duma reclamação, devemos esforçar-nos por tomar o ponto de vista do Assinante, isto é, colocarmo-nos por assim dizer no seu lugar e tentar ver o assunto pelo seu prisma.

Devemos pôr os vários casos em nós próprios e considerarmos bem se seria justo que a Companhia nos satisfizesse um nosso pedido se o caso se passasse connosco como Assinantes dela. Isto é muito importante (APT, 1934a: 7).

Se tal pode configurar a prática do modelo de Duas-vias Simétrico – posicionando-se a APT com equilíbrio na relação com os clientes, ao incentivar os angariadores a serem mediadores e a compreenderem a opinião daqueles –, o segundo fenómeno acentua o modelo de Duas-vias Assimétrico. Ilustra-o uma afirmação que denota que mais do que modificar as suas políticas, a APT visava convencer os clientes da justeza das mesmas e levá-los a comportar-se como pretendia. Nesse sentido, A. Ferreira postulou que “o assinante tem sempre razão. Pode, às vezes estar «equivocado»; compete então ao empregado dar-lhe todas as explicações de forma a convencê-lo... ao que se quer” (Ferreira, 1938b: 3). O mesmo se passava em relação às tarifas. Mais do que alterá-las, a APT defendia que com os argumentos certos o subscritor “acabará por concordar que o telefone é a coisa mais barata que usa” (APT, 1934a: 22). Tal política manteve-se nos anos 1940, o que é ilustrado pelas normas que a APT comunicou aos seus empregados para o tratamento do público, estipulando que era basilar “convencê-lo que de a Companhia está *toda* ao seu serviço e deseja ser-lhe prestável” (APT, 1948: 33).

Existe, aliás, evidência de que nos anos 1930 e 1940 a APT recorreu à persuasão, a qual teve por base a necessidade de evitar a desistência dos telefones por parte dos assinantes<sup>808</sup>, mas também a angariação de novos clientes. Para auxiliar neste último

---

<sup>807</sup> Note-se que tal declaração podia ser mera retórica, o que é impossível de comprovar em função dos dados disponíveis presentemente. Uma afirmação produzida nos anos 1950 por A. Ferreira parece, contudo, confirmar a sua veracidade. Defendia aquela que “pormo-nos ao lado das dificuldades, colaborar na solução, tornarmo-nos público, é o espírito que tenho procurado criar em exemplos, em artigos, em folhetos, em palestras sobre «Relações com o Público»” (Ferreira, 1952a: 4).

<sup>808</sup> Segundo Portugal (1948), nos anos 1930 “tornou-se necessária uma ação de persuasão junto do público, no sentido de o tentar demover da sua resolução” (p. 24).

objetivo, um dos referidos manuais editados pela APT foi concebido como um guião de argumentos persuasivos a serem utilizados pelos funcionários para convencer o público<sup>809</sup>.

Tal facto acentua a prática do modelo de Duas-vias Assimétrico, intimamente associado à persuasão. Ilustram-no, entre outras<sup>810</sup>, afirmações como “o angariador tem a obrigação de ser capaz de convencer qualquer pessoa do valor que representa ser assinante” (APT, 1934a: 20), “é quase sempre possível convencer o Assinante de que [as] exigências ou restrições são feitas no seu próprio interesse e no do público em geral” (*Id.*, p. 5) e “deve-se procurar convencer o público de que os conselhos ou as regras são no seu único interesse e, que, segui-los é obter resultados mais profícuos” (APT, 1948: 30). Estas duas últimas afirmações remetem, novamente, para duas das tarefas de RP associadas ao modelo de Duas-vias Assimétrico: persuadir os públicos de que a organização tem razão acerca de um dado assunto; conseguir que os públicos se comportem como a organização pretende.

A informação para a persuasão resultava da pesquisa pois a APT sondava os seus clientes (Portugal, 1948), incidindo na satisfação com o serviço telefónico, no atendimento presencial e, muito especificamente na relação “com os Serviços de Tráfego, Equipamento, Divisão Comercial, etc.” (*Id.*, p. 45). Tipificando o modelo de Duas-vias Assimétrico, o conhecimento adquirido através de outros departamentos, algum dele traduzido em percentagens, era utilizado pela SCP para melhor persuadir os assinantes<sup>811</sup>.

O facto de os argumentos propostos pela APT terem sido construídos a partir do conhecimento do público – por segmentos e por atitude – e para anular a sua contestação

---

<sup>809</sup> Para tal, a APT procurou convencer o angariador de que “é um benfeitor público” (APT, 1934a: 9) e de que “não vai vender nenhuma invenção barata [...], mas sim oferecer um vantajoso serviço, muito estudado e bem organizado, de que se servem atualmente milhões de pessoas em toda a parte do mundo e o qual uma vez adotado e compreendido torna-se um utensílio absolutamente indispensável” (*Id.*, *ibid.*). Postulou também que “o angariador deve estar inteiramente convencido do enorme valor do serviço telefónico e da sua incomensurável superioridade sobre qualquer outro meio de comunicação [...]. Se o angariador se deixar compenetrar por estes argumentos, como qualquer pessoa inteligente, quando os tiver percebido claramente, será capaz de falar sobre eles e convencer a qualquer pessoa mesmo a estúpida” (*Id.*, p. 17).

<sup>810</sup> Veja-se também a afirmação de que “é um trabalho rude convencer um assinante que está constantemente a fazer chamadas e que por isso perde chamadas que querem fazer para o seu telefone, de que devia gastar mais algum dinheiro para facilidade dos seus correspondentes, mas [...] é uma das obrigações da Secção de Contratos” (APT, 1934a: 12). Veja-se igualmente o seguinte conselho da APT aos angariadores: “com os lojistas teimar especialmente sobre o valor que tem o telefone, por ser um meio de comunicação que consegue receber chamadas, as quais a maior parte das vezes são encomendas” (*Id.*, p. 26).

<sup>811</sup> Defendia a SCP que deviam “fazer-se combinações entre as Secções de Tráfego e de Contratos de forma a que esta última esteja sempre informada pela primeira sobre quais são as linhas que não podem receber grande número de chamadas por estar constantemente «a falar». Com esta informação deve a Secção de Contratos tentar angariar junto do subscritor uma ou mais linhas de rede. [...] Desta maneira pode levar-se ao conhecimento do subscritor, por meio de vários argumentos, que abusa da sua linha ou linhas de rede, e o subscritor pode ser convencido de que está na realidade a prejudicar os seus negócios” (APT, 1934a: 13).

previsível, remete, de igual forma, para a prática do modelo de Duas-vias Assimétrico, pois entre as tarefas típicas que lhe estão associadas encontram-se a manipulação científica dos públicos e a utilização dos princípios psicológicos da persuasão de massas. Veja-se, nesse contexto, o conteúdo de um dos manuais que a APT dedicou às RP<sup>812</sup>. Ilustram-no também os conselhos que a Companhia dava aos angariadores nos anos 1930, ora fomentando a exploração do sentimento de competição/cobiça face aos concorrentes, através da técnica persuasória da prova social<sup>813</sup>, ora jogando com o medo<sup>814</sup> ou, ainda, utilizando a técnica persuasória do apreço, baseada na conquista da simpatia do público<sup>815</sup>.

Os conhecimentos da “psicologia do público” (APT, 1948: 31), que permitiriam aos empregados da APT “acertarem o passo com o do público” (*Id., ibid.*) tornaram-se evidentes nos anos 1940 quando a APT enunciou que:

O público é um fator estranho nas relações da Companhia, aquele cuja psicologia é a reflexa da psicologia de uma multidão heterogênea e ilimitada.

As suas reações têm de ser aguardadas segundo conclusões tiradas da prática de longos anos ao seu serviço. Às características psicológicas do público em geral, há a acrescentar [...] a especialíssima condição de utente de um serviço público que lhe dá direitos incontestáveis.

Por isso, o *senhor público* tem que ser tratado por métodos psicológicos, à base dos quais, estão a paciência, e a entrega de uma incondicional homenagem à sua importância (APT, 1948: 31).

Acresce que APT estipulava como regra que o angariador devia “evitar de usar sempre os mesmos argumentos para toda a gente desprezando circundar as necessidades do provável subscritor” (APT, 1934a: 32), aconselhando-o antes a “variar sempre a maneira de expor e os argumentos de forma que se ajustem à pessoa e as suas circunstâncias aparentes” (*Id., ibid.*). Nesse sentido, o *feedback* era utilizado como mecanismo de manipulação e de persuasão, conforme típico do modelo de comunicação associado ao modelo de Duas-vias Assimétrico.

<sup>812</sup> Determinava a APT (1934a) que “o angariador não deve de maneira nenhuma deixar ficar o assinante provável, convencido de que na realidade não tem uso a dar ao serviço telefónico. [...]. Mesmo as pessoas deste género podem ser convencidas com jeito [...]” (pp. 23-24).

<sup>813</sup> Segundo a APT, devia “frisar-se a todos os lojistas que se eles não tiverem telefone estão em condições muito inferiores às dos outros lojistas explorando o mesmo ramo de negócio e que são assinantes da Companhia. Chamar a sua atenção para o nome dos seus competidores que vêm inscritos na lista telefónica” (APT, 1934a: 26).

<sup>814</sup> Referindo-se aos clientes domésticos, a APT indicava ao angariador para “nunca deixar de apontar o grande valor do telefone em casos de emergência” (APT, 1934a: 28).

<sup>815</sup> A APT aconselhava o angariador a “aproximar-se da pessoa com quem se vai falar de uma maneira amigável e agradável” (APT, 1934a: 32), tendo como objetivo “convencer inteligente e amavelmente as pessoas a assinarem contratos” (*Id., ibid.*).

Em termos operacionais, a publicidade parece ter sido um instrumento privilegiado de comunicação da APT com os seus clientes. Tal instrumento conheceu uma nítida progressão, tendo, durante o período em análise, passado por duas fases.

Nos anos 1910, a atividade publicitária era limitada à publicação na imprensa de pequenos anúncios e avisos<sup>816</sup>. Através dessas peças, meramente textuais, a Companhia informava sobre questões como a proibição do trespasse de telefones, a distribuição de listas telefónicas e a atualização de tarifas. Providenciava também conselhos de segurança, alertando os clientes para que só consentissem a entrada em suas residências ao pessoal devidamente uniformizado e identificado da Companhia. Por outro lado, durante os primeiros anos de atividade de A. Ferreira, alguns anúncios de imprensa assumiram mesmo um tom legalista ou ameaçador<sup>817</sup>.

Na transição dos anos 1920 para os anos 1930, com início por volta de 1928/1929, a APT começou a investir fortemente na publicidade. Tal deveu-se, segundo Santos (1999), à “necessidade de expandir a rede de telecomunicações e tornar o telefone um serviço comum” (153), tendo por base o novo contrato firmado com o Estado em 1928, e a mudança do regime tarifário que aquele introduziu, mas também a automatização da rede.

Nesse contexto, a publicidade da APT na imprensa adquiriu um carácter eminentemente comercial, tendo transitado, formalmente, do pequeno aviso para o anúncio de página inteira que combinava texto e gravuras<sup>818</sup>.

Os anos 1930 trouxeram, nomeadamente, os anúncios protagonizados por líderes de opinião portugueses<sup>819</sup>, a realização de campanhas baseadas na publicação de pequenos anúncios/avisos, a publicidade de âmbito institucional<sup>820</sup>, a compra de espaço nos jornais para utilização editorial<sup>821</sup> e a segmentação de públicos<sup>822</sup>.

Paralelamente à publicidade na imprensa, a APT desenvolveu na referida década um conjunto de iniciativas promocionais de apoio à angariação de novos clientes ou de incremento do serviço telefónico. Além dos cartazes, em que intervieram artistas plásticos como Cunha Barros e Carlos Botelho (“Os cartazes”, 1938)<sup>823</sup>, e do recurso a carrinhas

---

<sup>816</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 1 (1914-1922).

<sup>817</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 (1923-1928), p. 1 [aviso de 28-01-1925].

<sup>818</sup> *Id.*, A001641, Livro de Publicidade, Vol. 1; *Id.*, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 (1923-1928).

<sup>819</sup> Como Vasco Santana (Anexo Dig. 47) e Beatriz Costa, popularizados pelo filme *A Canção de Lisboa* (1933).

<sup>820</sup> AHFPC, espólio APT, A001641, Livro de Publicidade, Vol. 1; *Id.*, A001640, Livro de Publicidade, Vol. 3 (1936-1947).

<sup>821</sup> Como sucedeu, em maio de 1929, no *Diário de Lisboa* (Anexo Digital 48).

<sup>822</sup> Operacionalizada mediante a inserção de anúncios em periódicos destinados a diferentes tipos de público, incluindo o juvenil, os comerciantes, as associações de classe, etc. (AHFPC, espólio APT, A001641, Livro de Publicidade, Vol. 1; *Id.*, A001640, Livro de Publicidade, Vol. 2 [1932-1935]).

<sup>823</sup> Sobre esta questão, veja-se Santos (1988b; 1999).

publicitárias, “editaram-se livros, panfletos e artigos, promoveram-se concursos e exposições, organizaram-se montras comerciais dos edifícios da companhia para expor equipamentos e material de promoção” (Santos, 1999: 153) e publicaram-se avisos “nas publicações periódicas da Companhia – Lista, recibos, envelopes, etc.” (APT, 1948: 30), utilizados tanto para “fins de Propaganda, como para estabelecer afinidades e fixar doutrinas” (*Id., ibid.*).

Várias das iniciativas em causa tiveram a coordenação ou a participação ativa de A. Ferreira, nomeadamente a presença da APT em diversas exposições e feiras<sup>824</sup>, programa iniciado no final dos anos 1920. Foi também por seu intermédio que a APT renovou, nos anos 1930, a sucursal do Rossio (“O novo Rossio”, 1938). A. Ferreira terá ainda estado na origem de um “curso literário de contos e novelas [...], salientando-se a importância do telefone na sociedade moderna” (Santos, 1999: 158), do qual foi um dos membros do júri (Santos, 1992).

#### VI.3.5. Relações com a comunicação social

O desempenho de F. Frick nas relações com a comunicação social denota, ao nível do contributo das RP para a APT, uma certa prática da advocacia. Tal como é característico dos modelos Agente de Imprensa/Publicista e Duas-vias Assimétrico, advogava-se a justiça das posições da companhia e o primado da sua inocência ou a não responsabilidade perante os públicos. Isso mesmo se infere de uma notícia publicada em 1915 pelo *Diário de Notícias*:

A propósito de umas reclamações de que há dias nos fizemos eco, sobre os repetidos impedimentos alegados pelas telefonistas quando lhes pedem quaisquer ligações, fomos procurados pelo Sr. Francis Frick, secretário da Companhia dos Telefones, que nos veio dizer não pertencerem à referida Companhia quaisquer responsabilidades nos aludidos impedimentos, e que a mesma tem o maior interesse em corrigir as faltas praticadas pelo pessoal em prejuízo dos seus subscritores (“O serviço telefónico”, 1915: 3).

Parece enquadrar-se nessa mesma conduta o desmentido que F. Frick fez em janeiro de 1916 de uma notícia publicada por *O Século*, na qual o jornal dera conta das avarias no telefone de um leitor e no seu próprio telefone (“Contra os telefones”, 1915: 3). Em resposta, F. Frick informou o jornal de que concluíra que “não havia registo de qualquer reclamação

<sup>824</sup> Tendo instalado stands em diversos certames efetuados em Lisboa e no Porto (Rollo, 2009b), alguns deles decorados por Carlos Botelho (Santos, 1992; 1999). Sobre os stands da APT, veja-se “Como a A.P.T.” (1937).

daquele senhor e com referência ao *Século* houve, de facto, uma avaria no dia de Natal<sup>825</sup>, devida ao tempo muito irregular” (“O serviço telefónico”, 1916: 2). Essa mesma atuação abrangeu também o jornal *O Mundo*, que em agosto do mesmo ano noticiou ter sido procurado por F. Frick “para nos dizer que as reclamações ontem publicadas sobre telefones não são inteiramente justificadas, pois a companhia se limita a cumprir o seu contrato, muitas vezes com um grande excesso de tolerância” (“Telefones”, 1916c: 1). Também o teor da carta que o gerente da APT, Robert Frazer, endereçou em outubro de 1917 ao diretor de *O Século* para contestar as notícias publicadas nesse mês<sup>826</sup> parece inscrever-se na desresponsabilização da APT perante as deficiências do seu serviço. Afirmou aquele que “tendo-se ocupado o jornal [...] que v. [...] dirige, de várias questões sobre o serviço dos telefones, vemo-nos forçados a vir junto de v. [...] demonstrar a injustiça das apreciações publicadas” (“Os telefones”, 1917c: 1).

Não obstante Frazer ter convidado o visado a fazer uma visita às instalações da APT para “avaliar as dificuldades com que esta Companhia presentemente está lutando” (*id.*, *ibid.*), a natureza da comunicação desenvolvida durante a atividade de F. Frick evidencia a recusa ao diálogo, característica comum aos modelos Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública. Tal se infere de uma notícia publicada em 1915 pelo *República*, que não só deu nota do “mutismo arrelizador da APT” (“Telefones de Lisboa”, 1915), como informou que “foi o demónio do silêncio da Companhia perante tantos e tão frequentes ataques que provocou em nós um irresistível desejo de a arrancar ao seu mutismo, e daí o atirmos hoje com ela para as colunas da *República*” (“Telefones de Lisboa”, 1915: 1). A reação da APT à notícia confirma não só a recusa ao diálogo como permite enquadrá-la numa política organizacional. Afirmou Frazer que a “companhia nunca teve ensejo de se defender das acusações de que tem sido alvo, pois bem podia tornar-se erradamente tal defesa como um pedido de clemência por erros que não cometemos” (*id.*, *ibid.*).

Ainda no âmbito da natureza da comunicação, verificou-se pelo menos um episódio que pode tipificar a comunicação de mensagens incompletas, distorcidas ou meio-verdadeiras, ou de práticas não éticas, características associadas ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista. Foi denunciado em 1917 por *O Mundo*, cuja notícia parece tipificar a existência de uma fuga deliberada de informação feita pela APT para testar a reação do público a uma determinada medida ou projeto. Noticiou aquele jornal que “a Companhia dos Telefones ainda não veio desmentir a local publicada no *Notícias*, o que quer dizer que era

---

<sup>825</sup> O reconhecimento cabal do facto pode indiciar a prática do modelo da Informação Pública pois denota transparência e verdade. No entanto, como surge de forma isolada no conjunto de documentos sobre as práticas de tipo-RP realizadas durante o período de Frick, optámos por não lhe atribuir grande relevância.

<sup>826</sup> “Os telefones” (1917a); “Os telefones” (1917b); “Os telefones...fala o comércio”, (1917).

um balão de ensaio *verdadeiro*. Deve, porém, ter visto como a *esperteza* foi bem-recebida pelo público que está farto de explorações e de ser mal servido (“Os telefones”, 1917: 1).

O modelo de comunicação seguido pela APT nos anos 1910, com F. Frick, parece desenhar uma unilateralidade comunicacional, típica dos modelos Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública, o que se manifesta pela comunicação fluir unicamente da companhia para os públicos e pela ausência de mecanismos de auscultação da opinião daqueles.

Tal pode, porém, ser contestado pelo facto de a APT ter organizado um departamento de reclamações. A primeira referência a tal estrutura surge em 1915<sup>827</sup>, determinando-se uma resposta imediata por parte do chefe do departamento quando em face de cartas contendo reclamações. Contudo, além de tal departamento não estar ligado a F. Frick, não se pode sequer demonstrar que aquele recebesse *input* informativo do mesmo.

Quanto à natureza da pesquisa, a existência de um dossier de recortes de imprensa, mantido pela APT entre 1914 e 1928<sup>828</sup>, tipifica um dos instrumentos associados ao modelo Agente de Imprensa/Publicista. Constam desse dossier os recortes das notícias referentes à atividade da APT, dispostos cronologicamente e com referência somente ao título do jornal e à data de publicação.

Relativamente às tarefas desempenhadas por F. Frick, incluir-se-ia entre elas a divulgação de informação sobre a APT, o que pode enquadrar-se tanto no modelo do Agente de Imprensa/Publicista como no da Informação Pública pois não dispomos de elementos suficientes para averiguar a forma como a informação veiculada era preparada. Constituem evidência do envio de informação duas notícias. A primeira foi publicada em 1917 no jornal *O Mundo*, referindo que<sup>829</sup>:

A Companhia dos Telefones avisa todos os seus subscritores que, devido às grandes dificuldades com que luta atualmente devido à guerra europeia, como sejam faltas de material, pessoal mobilizado, etc., é necessário requisitar as suas mudanças de residência com muita antecedência a fim de poder servir todos o melhor que lhe for possível (“Telefones”, 1917: 2).

No ano seguinte, a propósito de uma greve ocorrida na APT, *O Século* reportou que “segundo nos informam da direção da Companhia dos Telefones, [...] ficou resolvido que a Companhia tomaria o encargo de garantir até ao fim do mês o pagamento dos aumentos pedidos pelo seu pessoal” (A greve dos telefones”, 1918b: 2).

<sup>827</sup> AHFPC, espólio APT, A001633, Livro de Ordens de Serviço (1911-1927), S/O n.º 3083, de 29 de julho de 1915.

<sup>828</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 1 (1914-1922); *Id.*, Recortes de Imprensa, Vol. 2 (1923-1928).

<sup>829</sup> Não é de descartar a possibilidade de a notícia ser antes um anúncio pois a sua estrutura redatorial e gráfica e o local de publicação não permitem distinguir claramente ambos os géneros.

F. Frick promoveu também visitas de jornalistas às instalações da APT<sup>830</sup> e, sobretudo, o envolvimento dos jornais nos acontecimentos e iniciativas da companhia<sup>831</sup>, tarefas de RP tipicamente atribuídas ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista.

Sucedeu-lhe, como vimos, A. Ferreira. A sua atividade com a imprensa exerceu-se através do envio de notas (“Os telefones. Alterações”, 1925: 4), de pedidos<sup>832</sup> e de comunicados distribuídos sincronicamente e massivamente<sup>833</sup> aos jornais, assim como da produção de desmentidos<sup>834</sup> de notícias, por vezes com recurso a contactos pessoais (“Telephones. A demora das ligações”, 1922). Envolveu também a concessão de entrevistas em representação da APT (Anexo D’), o desenvolvimento de projetos de colaboração com a imprensa<sup>835</sup>, o convite a jornalistas para visitarem as estações telefónicas da APT (Lopes, 1921) e a mediatização da inauguração das novas estações<sup>836</sup>. A. Ferreira recorreu também, ainda que muito pontualmente, à rádio<sup>837</sup>.

<sup>830</sup> Em dezembro de 1917, *O Dia* visitou a central da APT na Rua dos Retroseiros (“O serviço dos telephones”, 1917). Não é, porém, possível determinar se tal resultou de uma iniciativa de F. Frick ou se foi, simplesmente, motivado pelo desempenho das telefonistas durante o golpe de estado de 5 dezembro daquele ano, o qual foi amplamente elogiado pelos jornais, podendo ter despertado a sua atenção e interesse pela APT.

<sup>831</sup> Em 1915, mobilizou os jornalistas para a inauguração da estação Norte, o que originou a publicação de um conjunto de notícias em jornais como *O Mundo* (“O serviço dos telefones”, 1915) e o *Diário de Notícias* (“Serviços telefónicos”, 1915). Nesta última, frisaram-se “os desejos que a Companhia tem em bem servir o público” (“Serviços telefónicos”, 1915: 1).

<sup>832</sup> Em 1920, na sequência do surto grevista que afetou a APT, noticiou *A Capital* que “da Companhia recebemos o seguinte pedido: «Em virtude de não se poder normalizar os serviços telefónicos, paralisados há mais de 60 dias, pede a Companhia aos subscritores para se absterem mais alguns dias das suas reclamações sobre avarias, mudanças, etc., pois [...] sabe perfeitamente quais são as linhas que estão avariadas, e logo que seja possível [...] começará as reparações” (“A solução da greve dos telefones”, 1920: 1).

<sup>833</sup> Prova-o a breve sobre a deslocação de Frederick Kerr a Lisboa, em maio de 1919, a qual foi reproduzida pelos jornais da manhã de dia 15, nomeadamente *O Século* (“Chegou ontem a Lisboa”, 1919: 1).

<sup>834</sup> Vejam-se “Serviço de telefones” (1919), “As greves” (1919), “Pessoal telefónico” (1919), “A companhia dos telefones e o seu pessoal” (1924), “A melhoria do nosso câmbio” (1924) e “Por um dever” (1924).

<sup>835</sup> A partir de 1928, a APT começou a colaborar com a imprensa, facultando, por exemplo, os telefones necessários para os relatos futebolísticos, o que lhe permitiu beneficiar de notícias favoráveis. Assim sucedeu com o *Diário de Notícias* (“Football”, 1928; “Um grande êxito”, 1928) e com *O Século* (“«O Século»”, 1928). O papel de A. Ferreira neste âmbito foi notado pelo *Diário de Notícias* (“Uma experiência curiosa”, 1928: 1).

<sup>836</sup> Tais iniciativas geraram uma importante cobertura da imprensa, valendo à APT a publicação de várias notícias (Anexo I’), algumas delas de grandes dimensões, sendo de notar que entre 1915 e 1925 o número de notícias por inauguração mais do que triplicou. A APT parecia, aliás, colocar um especial cuidado na relação com os jornalistas convidados para estes eventos, tal como noticiou *O Século* ao informar, a propósito da inauguração da estação da Trindade, que “empregados amáveis explicam aos visitantes, especialmente aos representantes da Imprensa, o complicado funcionamento de toda aquela maquinaria” (“A nova estação telefónica”, 1925: 3).

<sup>837</sup> Em 1932, para celebrar o 50.º aniversário da instalação do telefone em Portugal, A. Ferreira proferiu uma palestra no posto radiofónico CT1AA (“Uma palestra”, 1932).

Especificamente quanto aos modelos de RP, embora a natureza da comunicação associada às práticas desenvolvidas por A. Ferreira nos anos 1920 sugerisse, inicialmente, o modelo da Informação Pública<sup>838</sup>, terá sido prevalente o modelo do Agente de Imprensa/Publicista. De facto, vários jornais denunciaram nos anos 1920 a emissão de mensagens incompletas, distorcidas, meio verdadeiras ou mesmo falsas. Um deles foi *O Século*, que em 1924, face à tentativa que a APT fez de impor o sistema de tarifas por chamadas, informou que “é certo que a Companhia pretende ludibriar os assinantes com uma confusão de algarismos de tal ordem que acaba-se por supor que a alcavala foi feita para reduzir as tarifas!” (“Recomendável...”, 1924: 1). Nesse mesmo ano e sobre o mesmo assunto, também outros jornais desmentiram a APT. Assim sucedeu com o *Correio da Manhã*<sup>839</sup> e, indiretamente, com o *Diário de Lisboa*<sup>840</sup>.

Foi, contudo, a campanha que *A Situação* conduziu em janeiro de 1928 contra a APT (cf. V.2.6.) que melhor evidenciou a natureza da comunicação em causa. De facto, Jorge Botelho Moniz, diretor do jornal, desmentiu por diversas vezes as mensagens e afirmações veiculadas na imprensa pela Companhia a propósito do novo contrato com o Estado português e, sobretudo, do novo sistema tarifário por chamadas que introduziu, o qual se traduziu num “agravamento de preços” (Santos, 1999: 153) para os clientes.

Reagindo ao conteúdo das entrevistas dadas, na ocasião, por diretores da APT, que considerou artificioso (Moniz, 1928a), Moniz viu nos argumentos da APT – que defendia que o novo regime iria tornar as chamadas telefónicas menos dispendiosas – “um canto da sereia” (*Id.*, p. 6), afirmando que “o tal novo sistema de chamadas só é útil para indivíduos cujo telefone não funcione... Para quem não se utilize desse objeto de luxo! E o resto, são tretas” (*id.*, *ibid.*). Acrescentou ainda que “a fim de suavizar a extorsão, a Companhia propõe aos atuais assinantes um período transitório... *de dois anos*. Dá-lhes mel... azedo pelos

<sup>838</sup> A entrevista que A. Ferreira concedeu em 1920 a *O Mundo* (“Não é bom o serviço”, 1920: p. 1) evidencia uma postura factual, tendo o Secretário da APT reconhecido como “justas” (*Id.*, *ibid.*) as reclamações do público quanto aos serviços prestados pela APT.

<sup>839</sup> Que noticiou que “a Companhia apresenta a sua pretensão, como é natural, debaixo das mais risonhas cores para o público; pagando o assinante só na proporção do uso que fizesse do telefone, este tornar-se-ia – diz a Companhia – *acessível a todas as bolsas*, pois todos podem ter telefone em casa, *como têm água, eletricidade ou gás*... A realidade, porém, deveria diferir bastante das sedutoras perspetivas que a Companhia desenrola nos seus comunicados. De facto, o que se pretende – nem de outra maneira aquela empresa se interessaria pela mudança de sistema – é tornar mais caro o telefone, cujo custo, aliás, é já elevadíssimo” (“Os telephones”, 1924: 1).

<sup>840</sup> Em novembro de 1924, o *Diário de Lisboa* publicou uma carta do administrador geral da APT, W. G. T. Pope, que pretendeu defender o decreto que introduziu as tarifas por chamadas (“Por um dever”, 1924: 1). As suas afirmações foram, contudo, desmentidas por Roque da Fonseca, diretor da ACL, que em entrevista ao mesmo jornal defendeu uma “lei de responsabilidade ministerial, que evitasse que os ministros pratiquem abusos, em favor de sindicatos poderosos e à nossa custa” (“À volta de um decreto”, 1924: 4).

beijos” (*id.*, *ibid.*). Num segundo artigo, informou que “esta léria das companhias nos aumentarem os preços [...] e ainda por cima afirmarem que nos fazem favor – não pega! Não pega, não pega e não pega!” (Moniz, 1928b: 3). Nesse sentido, argumentou que “a Companhia, mascarando-se com um princípio justo, apresenta argumentos só aparentemente lógicos” (*id.*, *ibid.*), tendo denunciado a veracidade dos números apresentados pela APT ao afirmar que as vantagens do novo regime eram baseadas “em estatísticas arranjadas *ad-hoc*, *sem controle*, em que os números sofrem tratos de polé e a aritmética fica esmagada em prestidigitacões malabares” (*id.*, *ibid.*). Segundo Botelho Moniz, ao invés do afirmado pela APT, as tarifas teriam um agravamento de cerca de 50% para os comerciantes e de 60% para os clientes particulares, o que o levou a afirmar:

O engenho da *Anglo Portuguese!* Com que habilidade tenta iludir os papalvos deste mundo! Para convencer os comerciantes e industriais baseia os seus cálculos nestes dizeres absurdos. Com chamadas pagas o número de telefonadela fica reduzido a metade! E mete-nos pelos olhos dentro esta palermice da comparação de *metade* com o todo! Se se quiser medir a barateza de dois serviços – comparam-se em *igualdade de condições!* (*id.*, *ibid.*).

O título do terceiro artigo assinado por Botelho Moniz no âmbito da referida campanha – “Brado de alerta. Muito ao contrário das afirmações da Anglo Portuguese a grande maioria dos subscritores ficará altamente prejudicada” (Moniz, 1928c: 3) – é, aliás, esclarecedor quanto à sua visão da natureza da comunicação da APT.

Nessa peça, denunciou uma vez mais o facto de a Companhia recorrer a estatísticas desatualizadas, tendo argumentado que “se isto não fosse verdade, a Companhia, que diz ter os seus serviços muito bem montados e completamente em dia, apresentava-nos as estatísticas de 1927, em vez de nos servir [...] números de cabelos brancos” (*Id.*, *ibid.*).

No quarto artigo que assinou sobre a questão Botelho Moniz procurou, novamente, desmontar a argumentação da APT, referindo-se ironicamente às estatísticas<sup>841</sup> que a suportavam:

Somente discutimos as hipóteses mais favoráveis para as doutrinas da Companhia. Admitimos o absurdo de estarem ainda certas as estatísticas de 1924...elaboradas *sem falsificação* pela própria *Anglo-Portuguese*, e apresentadas por ela *três anos depois* como argumentos irredutíveis! [...]

Pois mesmo assim, com a lógica incontestável dos números – chegámos à conclusão de que os próprios pequenos assinantes, os patos-mudos, sofreriam um aumento importante! (Moniz, 1928d: 3).

<sup>841</sup> Neste mesmo artigo, perguntou Moniz (1928d): “– Onde se baseiam os autores do contrato para calcularem que a redução atinja metade? Não é um número arranjado *ad hoc* para iludir o portuguesinho valente? Porque não serão dois terços? Porque não será um terço? Porque não será um quarto? Tudo isso – não passa de uma mistificação. As estatísticas do estrangeiro – se acaso existem! – não podem aplicar-se a Portugal!” (p. 3).

Através de artigos não assinados, *A Situação* desmentiu também a alegação da APT de que “*em todos os países do mundo, se está adotando o novo sistema [tarifa por chamadas]*” (“O caso dos telefones”, 1928: 7). Afirmou aquele jornal que o argumento da Companhia “desmorona-se com um simples sopro” (*Id., ibid.*) por ser “realizado em fórmulas completamente diversas das agora tentadas em relação a Portugal” (*Id., ibid.*).

Ainda a propósito da comunicação de mensagens inverdadeiras, e igualmente em 1928, também António Abranches Ferrão (1883-1932), antigo ministro da justiça, desmentiu a APT<sup>842</sup>, tal como um leitor do jornal *A Voz*<sup>843</sup>. Quatro anos depois, foi o *Diário da Noite* que se referiu às “mentirosas alegações da Companhia dos Telefones” (“Uma campanha patriótica. As mentirosas”, 1932: 5).

Ao nível da natureza da pesquisa, A. Ferreira deu continuidade à prática da recolha dos recortes de imprensa relativos à APT e ao sector das telecomunicações, o que remete para o modelo do Agente de Imprensa/Publicista.

Quanto às tarefas de RP que desempenhou detetam-se indícios de procedimentos também eles atribuíveis ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista, os quais ocorreram não de forma isolada, mas sim continuada, por vezes de forma não ética ou, pelo menos, com alguma promiscuidade entre a componente editorial e a de RP.

Enquadram-se nesse âmbito quatro tipos de iniciativas: a) convencer os jornais e os jornalistas a publicarem notícias sobre a APT a troco de favores ou de compensações financeiras, publicitárias e comerciais; b) utilização da ligação de A. Ferreira à imprensa para obter ou promover a publicação de notícias favoráveis quando a demais imprensa era crítica; c) instrumentalização de jornais; d) manter a má publicidade fora dos media.

Sobre a primeira questão, existem diversas evidências de que a APT mobilizava os jornalistas para publicarem artigos favoráveis à APT, tal como sucedeu quando em 1924

---

<sup>842</sup> Em carta que dirigiu a *O Século* contrariou as declarações que William Pope proferira na entrevista que o mesmo jornal publicara a propósito do novo regime de chamadas. Além de afirmar que “a Companhia dos Telefones parece considerar-se em País conquistado, e parece supor-se a tratar com gente incapaz de perceber coisas respeitantes a telefones...” (“O problema dos telefones”, 1928b: 2), acrescentou que “só assim se poderá compreender o procedimento de que a Companhia tem usado para com o Estado e a maneira como agora pretende convencer-nos de que o novo regime interessa principalmente pelas «vantagens e facilidades que o público adquire»” (*Id., ibid.*).

<sup>843</sup> Contrariando o que W. Pope afirmara na entrevista que concedera dias antes a *A Voz* (“Está lá?”, 1928), A. C. Costa argumentou que a tarifas por chamadas encarecia as comunicações telefónicas, tendo afirmado que “é caso para felicitar a Direção da Companhia e lastimar as populações de Lisboa e Porto que vão continuar com o mau serviço que têm e pagar por mês mais do dobro do que até agora” (“Telefones. Tarifas”, 1928: 1).

pretendeu impor a tarifa por chamadas<sup>844</sup> e quando em 1927 se interessou pela exploração das redes telefónicas a nível nacional<sup>845</sup>. Fazia-o, por vezes, através de eventuais favores cuja natureza é impossível de determinar. Parecem ter resultado de tal prática, entre outras<sup>846</sup>, duas notícias publicadas nos anos 1920 pelo *Diário de Notícias* e uma por *O Comércio*. Na primeira delas (“A greve dos telefones”, 1920b), o tom parcial e elogioso do *Diário de Notícias* para com a APT destoa das demais notícias publicadas pelos jornais da época. Senão, atente-se ao parágrafo inicial, que, a propósito da greve em curso na Companhia, refere que “tem-se estabelecido uma corrente, apoiada pelos delegados do pessoal em greve, que a Companhia é a única responsável pelo prolongamento da mesma. Isto é absolutamente destituído de fundamento” (p. 2). O referido jornal parece ter, aliás, servido de veículo para a Companhia responsabilizar a greve pelas crónicas deficiências do serviço telefónico, para criar divisões internas entre os grevistas de Lisboa e do Porto<sup>847</sup> e para lhes retirar o apoio da opinião pública<sup>848</sup>. A segunda notícia foi publicada em novembro de 1924, em plena crise relativa à anulação de um decreto governamental favorável à APT, consistindo numa entrevista ao administrador geral da APT, justificada pelo facto de que “aqueles que combatem o decreto não explicam onde está o seu inconveniente e a

---

<sup>844</sup> Em 1924, o *Diário de Notícias* defendeu o sistema de tarifa por chamada (“Vai haver telefones”, 1924). A fonte foi, segundo o jornal, “alguém que conhece os serviços telefónicos” (p. 2), provavelmente A. Ferreira. É provável que a APT conseguisse influenciar alguns jornalistas, mas não o próprio jornal, pois alguns dias após a publicação da referida notícia o *Diário de Notícias* deu à estampa uma peça que criticava, precisamente, o sistema de tarifas por chamada (“Os telefones e o pretendido sistema”, 1924).

<sup>845</sup> No início de 1927, e estando a APT interessada em explorar as redes telefónicas a nível nacional (C., 1927), surgiu em *O Século* e no *Diário de Notícias* um conjunto de artigos que advogaram as vantagens da sua concessão a empresas estrangeiras, tal como tinha sucedido em Espanha (“Sequestrados”, 1927; “Os telefones”, 1927) e conforme defendido por alguns organismos económicos (“A rede telefónica”, 1927). A mesma ideia foi defendida também pelo *Diário de Lisboa* (“Coisas leves e breves”, 1927).

<sup>846</sup> É plausível que tenha sido também a APT a inspirar *O Século* a ouvir, a propósito do novo regime tarifário, um comerciante, o qual defendeu o ponto de vista da companhia (“Assunto palpitante”, 1928). Tal posição era, aliás, contraditória à da ACL, que se opunha ao regime (cf. V.2.5.), tendo um seu diretor considerado, em declarações publicadas na mesma data no *Diário de Lisboa* que “o contrato que a Companhia pretende é inaceitável” (“Os telefones. O contracto”, 1928: 1).

<sup>847</sup> O que de facto sucedeu, tendo sido noticiadas em fevereiro de 1920 as queixas que a comissão delegada do pessoal grevista apresentou a *O Século* contra o delegado do pessoal masculino da APT, acusado de ter começado a agir de “«motu próprio», desprezando os conselhos da comissão [de defesa e melhoramentos do pessoal da APT] e as regalias do pessoal do Porto, e acabando por firmar, com delegados da companhia e do ministro do trabalho, o compromisso de, aquele pessoal, no Porto, retomar imediatamente o trabalho mediante o aumento de 20 centavos diários” (“Lisboa sem telefones. Ainda”, 1920: 2).

<sup>848</sup> Informou o *Diário de Notícias* que “imediatamente depois de terminada a guerra, a Companhia pôde principiar a realizar os projetos de grandes melhoramentos e ampliações, e estes trabalhos estão parados pela greve, demorando assim o melhoramento do serviço e causando grandes prejuízos à Companhia” (“A greve dos telefones”, 1920b: 2).

Companhia apregoa as suas vantagens” (“O problema do momento”, 1924: 3). Quanto a *O Comércio*, a evidência de que fazia favores noticiosos à APT ou recebia compensações materiais encontra-se na notícia que publicou no final de janeiro de 1928<sup>849</sup>, período em que, como vimos, a Companhia se viu atacada pela imprensa.

Ainda neste âmbito, há evidências de que a APT e A. Ferreira aproveitavam e fomentavam as visitas de jornalistas às suas estações telefónicas em Lisboa para obterem boa publicidade, eventualmente através da atribuição de compensações financeiras ou da troca de favores. Assim sucedeu em março de 1919 quando, confrontada com uma série de ameaças à sua atividade (Cf. V.2.), a Companhia convidou o diretor de *O Século*, salientando que “dessa visita, estamos convencidos, resultará o pleno convencimento da injustiça com que esta Companhia tem sido atacada, e que então serão devidamente apreciados os enormes sacrifícios de toda a espécie feitos por esta Companhia, e em especial pelo seu pessoal”<sup>850</sup> (“Os telefones”, 1919a: 2).

Dois anos depois, o repórter Norberto Lopes (1900-1989) foi convidado, presumivelmente por A. Ferreira<sup>851</sup>, a visitar as estações Central e Norte. No artigo que escreveu para o *Diário de Lisboa* deu nota do seu desconhecimento do funcionamento do serviço telefónico, tendo assumido a responsabilidade por acusar injustamente as telefonistas, quer como cliente, quer como jornalista (Lopes, 1921).

A partir de 1923 tornou-se ainda mais evidente que tais visitas eram concertadas, eventualmente mediante a atribuição de compensações por parte da APT. Com efeito, em abril desse ano tanto *O Século*<sup>852</sup> como o *Diário de Notícias*<sup>853</sup> e *O Radical* (“A Companhia

---

<sup>849</sup> A notícia publicada por *O Comércio*, sob o título “Os telefones. O novo sistema de tarifas e as suas vantagens” (cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1923-1928], p. 189) reproduziu literalmente a entrevista que W. Pope concedera cerca de 15 dias antes a vários jornais, nomeadamente ao *Diário de Lisboa* (“Está lá?... Quem fala?...”, 1928), na qual surgiram valorizados e sem contraditório, os argumentos da APT. Mais do que isso, noutra artigo publicado dias depois, sob o título “A questão dos telefones. O Acordo entre o Estado e a Companhia”, *O Comércio* rejubilou-se publicamente com a assinatura do contrato, tendo informado que as razões da APT “eram aceitáveis, pois do novo sistema de tarifas só vantagens poderiam advir para o comércio e para o público” (cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1923-1928], p. 190). O jornal foi mesmo ao ponto de afirmar que o governo soubera “atender a voz da Imprensa, unanimemente de acordo” (*id., ibid.*), afirmação que era manifestamente falsa em face, pelo menos, da campanha desenvolvida por *A Situação*.

<sup>850</sup> Resultou da reportagem a conclusão do repórter de que “não há material melhor do que o empregado entre nós. Instalação igual à de Londres, nunca para ela a Companhia se poupou a despesas e sacrifícios” (“Ouça o público”, 1919: 2) e de que o trabalho das telefonistas é “intenso e a disciplina rigorosa” (*id., ibid.*).

<sup>851</sup> Afirmou Lopes (1921) que fez a visita “a convite de um engenheiro distintíssimo” (p. 5).

<sup>852</sup> A reportagem de *O Século* não só foi elogiosa para a APT, como defendeu a introdução das tarifas por chamada. Tal foi feito com a argumentação da própria companhia (“Os serviços telefónicos de Lisboa e Porto”, 1923). Além do tom global elogioso, da enunciação de factos e da citação de dados sobre o tarifário do serviço telefónico praticado em países estrangeiros – elementos que dificilmente o jornal possuiria sem ser através da

dos Telefones”, 1923), publicaram extensas reportagens sobre a estação Norte. Os dois primeiros utilizaram não só as mesmas fotografias e ilustrações, como apresentaram excertos textuais iguais (Anexo E’), o que indicia que terão reproduzido materiais providenciados pela APT<sup>854</sup>.

Outro dos jornalistas que visitou a estação Norte e modificou a sua posição relativamente ao serviço da APT foi Feliciano Santos. Em 1923, publicou no *ABC* – possivelmente com a intervenção de A. Ferreira, que era à época colaborador daquela revista – um artigo em que procurou promover a inversão dos papéis que eram até então atribuídos à muito criticada figura da telefonista – que passou a qualificar como “a vítima que passa por tirana” (Santos, 1923: 12) – e ao vitimizado cliente da APT, ao qual se referiu como o “tirano que passa por vítima” (*Id.*, p. 13). Além disso, culpabilizou-se pelas críticas injustas feitas ao desempenho das telefonistas. Esse mesmo tom penitente fora adotado por um jornalista do *Jornal do Comércio*, que, correspondendo “a um delicado convite da Companhia dos Telefones, feito por intermédio do seu ilustre secretário sr. Armando Ferreira,” (Telephones. Uma visita”, 1922: 2), visitara em 1922 a Estação Norte. Em resultado, noticiou que a visita o “levou a convencer de muitas injustiças feitas por vezes às gentis telefonistas” (*id.*, *ibid.*), concluindo que os esforços e iniciativas da APT “se nos afiguram dignos do maior elogio” (*id.*, *ibid.*).

O eventual fomento da publicação de notícias através de participações materiais aos jornais ou aos jornalistas foi exposto em janeiro de 1928<sup>855</sup>. Denunciaram-no dois periódicos. Se *O Rebate* noticiou que “não publicámos quaisquer artigos, entrevistas ou comunicados pagos pela Companhia dos Telefones”<sup>856</sup>, *A Situação* reportou que “não publicámos primeiramente *entrevistas pagas pela Companhia*, para depois nos pronunciarmos contra ela”<sup>857</sup> (“Telefones”, 1928b: 1).

---

APT e que favoreciam a posição da Companhia –, alguns excertos textuais, nomeadamente o fecho, indiciam que o artigo terá sido um favor jornalístico à APT.

<sup>853</sup> A reportagem do *Diário de Notícias* (“Como se deve falar ao telefone”, 1923) foi publicada dias depois da de *O Século*, ocupando uma página inteira. A sua estrutura e o facto de conter diversos enunciados sobre como falar ao telefone indiciam que possa ter sido um favor à APT. Denuncia-a também como eventualmente paga o facto de a sua mensagem ser contrária às críticas que o jornal fizera ao longo dos anos à APT.

<sup>854</sup> Tal hipótese é comprovada pelo facto de as fotografias e ilustrações publicadas por *O Século* e pelo *Diário de Notícias* fazerem parte do espólio da APT, encontrando-se arquivadas num livro de gravuras utilizadas pela Companhia (AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Gravuras, Vol. 1).

<sup>855</sup> Ano em que, como referido, a APT iniciou o contestado regime de tarifas por chamadas.

<sup>856</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1923-1928], notícia de *O Rebate*, de 20 de janeiro de 1928, s.d. [esta edição não se encontra nem na BNP nem na HML].

<sup>857</sup> Nesse âmbito, referiu o diretor do jornal que “em vez das entrevistas pagas que a Companhia fez inserir nos outros jornais, nós publicaremos a sua defesa de graça. Mas dar-lhe-emos a merecida resposta!” (Moniz, 1928c: 3), tendo acrescentado que “não temos outros interesses que não sejam os do País. Não precisamos iludir o público para sustentar este jornal!” (*Id.*, *ibid.*). A insinuação presente nesta peça a propósito dos “haut-

As referidas “entrevistas pagas” (Moniz, 1928d: 3) a que se referiu *A Situação* terão sido inseridas por sete jornais (Anexo F’) que, supostamente, entrevistaram William Pope. A sua análise evidencia, de facto, alguns indícios de que poderão ter sido publicadas a troco de contrapartidas materiais e como ação concertada pela APT. Primeiro, porque os textos são praticamente iguais<sup>858</sup> – ainda que publicados com destaques diferentes<sup>859</sup> – e em alguns jornais tiveram mesmo títulos iguais, como sucedeu em *A Voz* e no *Diário de Lisboa*, que utilizaram uma titulação favorável à introdução do regime de tarifas por chamadas. Segundo, porque três das quatro entrevistas aos jornais de Lisboa<sup>860</sup> e as três entrevistas aos jornais do Porto foram publicadas exatamente nos mesmos dias, coincidência temporal que foi notada por um leitor de *A Voz*<sup>861</sup>. Terceiro, porque os jornais do Porto – como o *Jornal de Notícias* e *O Primeiro de Janeiro* – publicaram a mesma entrevista, mas apresentaram-na tendo como protagonista Harry Hincks<sup>862</sup>, enquanto *O Comércio do Porto* referenciou a fonte apenas como uma “pessoa competente” (“Concessão telephonica”, 1928: 2). Já *O Século* referiu-se apenas ao “diretor da Companhia” (“O problema dos telefones”, 1928). Tal exclui a hipótese de se ter tratado de entrevistas realizadas em simultâneo numa conferência de imprensa, apontando antes para uma iniciativa centralizada pela APT. Quarto, porque, conforme *O Rebate* noticiou, no final do processo “os diretores da Companhia dos Telefones visitaram [...] alguns jornais afim de agradecerem a conduta desses jornais na já célebre questão do contrato entre a Companhia e o Governo”<sup>863</sup>, não sem acrescentar “ora aqui está

---

parleurs” da APT (Moniz, 1928a: 6) – tal como Botelho Moniz se referiu aos jornalistas que defendiam a APT – fora já colocada num anterior artigo, no qual Moniz (1928b) afirmara que “em vez de aceitarmos a publicidade paga que a Anglo-Portuguese, num *reclame* «entrevístico», anda a mendigar pelas administrações dos jornais, nós colocamo-nos ao lado dos interesses públicos” (p. 3).

<sup>858</sup> O texto da entrevista do *Diário de Lisboa* (“Está lá?... Quem fala?...”, 1928) é igual ao de *A Voz* (“Está lá?”, 1928). Nos casos de *O século* (“O problema dos telefones”, 1928) e do *Diário de Notícias* (“As novas tarifas”, 1928), trata-se de a mesma entrevista, mas as perguntas surgem ligeiramente modificadas. Relativamente aos jornais do Porto, os textos das entrevistas publicadas pelo *Jornal de Notícias* (“Os telefones. Algumas considerações”, 1928) e por *O Comércio do Porto* (“Concessão telephonica”, 1928) são iguais, tal como o de *O Primeiro de Janeiro* (“Os telefones. A adoção”, 1928), que introduziu, contudo, pequenas alterações.

<sup>859</sup> O *Diário de Lisboa*, por exemplo, consagrou uma página inteira à entrevista (“Está lá?... Quem fala?...”, 1928).

<sup>860</sup> Constituiu exceção a entrevista do *Diário de Lisboa*, que foi publicada um dia após as entrevistas concedidas ao *Diário de Notícias*, *O Século* e *A Voz*.

<sup>861</sup> Referiu o leitor que “publicou anteontem [...] «A Voz» uma entrevista com o sr. engenheiro Pope [...], a qual veio, nos mesmos e precisos termos, também publicada no «Diário de Notícias» do mesmo dia” (“Contra o sistema por chamadas”, 1928: 1).

<sup>862</sup> Que dirigia a APT no Porto.

<sup>863</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1923-1928], notícia de *O Rebate*, de 27 de janeiro de 1928, s.d. [esta edição não se encontra nem na BNP nem na HML].

uma visita com que nós não nos honraríamos”, o que pode indiciar que houve troca de contrapartidas<sup>864</sup>.

Existem evidências de que a APT utilizava o investimento publicitário para obter a publicação de notícias favoráveis. Essa hipótese é sustentada através de dois casos. Em julho de 1924, a APT publicou em *O Radical* um anúncio de grande dimensão<sup>865</sup>, o que ocorreu três meses depois daquele jornal ter apoiado com duas notícias muito favoráveis a pretensão da Companhia impor o regime de tarifas por chamadas (“Porque é que em Lisboa”, 1924; “Lisboa moderna”, 1924) e um mês antes de ter publicado uma nova notícia favorável ao objetivo tarifário da APT (“Está lá?. A remodelação”, 1924).

O caso de *O Século* é similar. Em janeiro de 1928, publicou duas notícias sobre o novo contrato entre a APT e o governo (“Redes telefónicas”, 1928) e sobre as novas tarifas (“Assunto palpitante”, 1928). O subtítulo desta última – “As novas tarifas telefónicas vêm favorecer, sobretudo, os particulares e o pequeno comércio, para quem o telefone não era mais do que uma aspiração – evidencia bem a favorabilidade à APT, sobretudo num período em que ambas as questões referidas estavam sob o olhar crítico da imprensa<sup>866</sup> e da ACL (cf. V.2.6.). Cinco dias após a sua publicação, *O Século* inseriu um anúncio da APT<sup>867</sup>. Sucedeu-lhe, volvidos dois dias, uma nova notícia favorável à APT (“A questão dos telefones”, 1928a).

A própria imprensa denunciou a referida prática da APT. Nesse sentido, em 1932, o *Diário da Noite* informou que a Companhia pretendia através do investimento publicitário “conquistar simpatias na Imprensa” (“A nossa semana”, 1932a: 8).

A ligação entre a publicidade e as relações com a imprensa encontra-se expressa também nas declarações de Luís Ferreira, irmão de A. Ferreira, que nos anos 1930 era editor do boletim *Telefones* e nos anos 1950 dirigia na APT a Secção de Publicidade da REC<sup>868</sup>.

<sup>864</sup> Um dos jornais visitados foi o *Diário de Lisboa*, que, no dia após a assinatura do novo contrato entre a APT e o governo (“O contrato dos telefones”, 1928), informou: “visitaram hoje o *Diário de Lisboa* os srs. Frederik Kerr e Pope, diretores da Companhia dos Telefones, acompanhados pelo nosso presado amigo o sr. engenheiro Armando Ferreira, que vieram gentilmente agradecer-nos a maneira franca e imparcial como nos mantivemos perante a discussão que precedeu a aprovação do novo contracto” (“Visitaram hoje”, 1928: 1).

<sup>865</sup> AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 (1923-1928), p. 29 (anúncio de 07-07-1924).

<sup>866</sup> Note-se que a notícia em causa foi publicada no dia seguinte ao início da campanha de *A Situação*.

<sup>867</sup> Veja-se *O Século* de 22 de janeiro de 1928, n.º 16478, p. 6.

<sup>868</sup> Afirmava aquele: “considere-se ainda nos aspetos de publicidade, na necessidade que a todo o instante surge de relações amistosas com imprensa. O facto de estar há muitos anos intimamente ligado aos jornais [...], tem-me facilitado grandemente essa tarefa, que requer, acima de tudo, ponderação e equilíbrio. Como tenho agido, desde as notícias de maior relevo às de menor monta, sabe-o a Exma. Administração” (Luiz Ferreira, 1952: 11).

A APT faria também uso da publireportagem, género com que A. Ferreira estava bem familiarizado<sup>869</sup>. Evidencia-o uma crónica publicada em abril de 1923 pelo *Correio da Manhã* e escrita em resposta a um artigo publicado um dia antes pelo *Diário de Notícias*:

*A Companhia dos Telefones publicou ontem no Diário de Notícias uma página, que é das coisas mais comoventes que conhecemos depois da História Trágico Marítima.*

*Muito ao contrário do que se supõe geralmente, as meninas dos telefones são umas santas que ganham o céu aturando os assinantes. Elas nunca se desleixam, nunca erram as ligações, nunca mentem quando dizem que está impedido o telefone com o qual desejamos ligação. Nós é que temos a culpa de tudo* (“O telephone”, 1923: 1).

Os favores feitos à imprensa podiam ser também de ordem comercial, através da atribuição de situações de exceção. Com efeito, em 1924, quando a APT forçou a mudança para o regime tarifário por chamadas, *O Século* noticiou que a companhia teria prometido “que aos jornais não seriam aumentadas as tarifas” (“Do pão do compadre...”, 1924: 1).

A terceira forma de obter a publicação de notícias sobre a APT terá sido o exercício da influência pessoal de A. Ferreira junto da imprensa. Tal foi feito, pelo menos, através de dois procedimentos: a) obtenção de favores por parte de colegas diretores e redatores; b) participação direta de A. Ferreira em alguns jornais.

O primeiro é ilustrado pelo artigo que o jornalista Norberto Lopes publicou em 1921 no *Diário de Lisboa* (Lopes, 1921) e pelos artigos que o jornalista e político Fernando de Sousa – que tal como A. Ferreira foi colaborador da *Gazeta dos Caminhos de Ferro*<sup>870</sup> – publicou em dois dos vários jornais que dirigiu: em 1924, em *A Época*<sup>871</sup>, e em 1928, em *A Voz*<sup>872</sup>. Acresce que em 1924, A. Ferreira concedeu duas entrevistas a *A Época*, procurando

<sup>869</sup> A. Ferreira não só estava ligado a *A Capital*, que terá introduzido as publireportagens em Portugal (Cap. IV.2.1.), como dirigira em 1920 e 1921 o *Jornal da Europa*. Este último publicou diversas publireportagens sobre companhias (“As grandes iniciativas. Inquéritos”, 1920; “As grandes iniciativas. Fábrica”, 1920; “As grandes iniciativas. A Tipo”, 1920; “As grandes iniciativas. O desenvolvimento”, 1920; “O desenvolvimento”, 1924).

<sup>870</sup> Em 1932, Fernando de Sousa era diretor da *Gazeta dos Caminhos de Ferro*, sendo A. Ferreira colaborador do periódico. A carreira de ambos tinha, aliás, algumas semelhanças pois além de jornalista e diretor de jornais, Fernando de Sousa foi secretário do conselho de administração da CP (Cabral, 1949). O seu interesse pela propaganda remonta ao final do século XIX (ver Apêndice).

<sup>871</sup> Em dezembro de 1924, defendeu o regime por tarifas e criticou a anulação do decreto que o tinha instituído, tendo afirmado que “parece-nos [...] que foi precipitada e falha de fundamentos a resolução do Governo” (Nemo, 1924: 1). Tal como o próprio revelou, os dados estatísticos em que se baseou foram “amavelmente subministrados” (*id.*, *ibid.*) pela APT, o que coloca a possibilidade de algum envolvimento da mesma no artigo.

<sup>872</sup> Em janeiro de 1928, F. de Sousa assinou em *A Voz* um artigo de apoio à concessão estatal da rede telefónica nacional, considerando que “há empresas que, à semelhança do que se faz nos países bem administrados, se propõem tomar sobre si a instalação e exploração de uma rede telefónica abrangendo todo o território nacional” (Sousa, 1928: 1).

contrariar os efeitos de greve dos trabalhadores da APT e aproveitando para defender o regime de tarifas por chamadas (“Uma questão de momento”, 1924: 6).

O segundo, ainda mais relevante, teve por base a circunstância de A. Ferreira ser em simultâneo secretário da APT e colaborador de diversos periódicos na condição de diretor<sup>873</sup>, chefe de redação<sup>874</sup> e redator<sup>875</sup>. Não só utilizou essa ligação à imprensa para promover a publicação de notícias favoráveis à Companhia – que chegou a colocar anúncios nos periódicos que dirigiu<sup>876</sup> –, como, por vezes, as redigiu ele mesmo, atuando como um agente de imprensa. Os casos mais evidentes são os que envolveram *A Capital*, *O Domingo Ilustrado*, a *Ilustração*, o *Jornal da Europa* e a revista *ABC*.

Quanto a *A Capital*, ilustram-no três peças publicadas no início dos anos 1920, todas imbuídas de um tom positivo que contrastava com o criticismo observável então na imprensa da época (Cf. V.2.6.). A primeira notícia remonta a julho de 1920, referindo o autor, anónimo, que “segundo nos consta, a Companhia vai entrar numa fase de remodelação e desenvolvimento, dando andamento ao programa que as circunstâncias materiais não têm permitido realizar” (“A Companhia dos Telefones vai entrar”, 1920: 2). A segunda foi publicada em abril de 1922 – sob o título “A Companhia dos Telefones vai finalmente entrar numa fase de progresso? Sim - responde-nos a Direção. Assim o creio - disse-nos um subscritor” (“A Companhia dos Telefones vai”, 1922: 1) –, sendo em tudo idêntica à anterior, ainda que mais desenvolvida e tendo mesmo contado com declarações de A. Ferreira. A terceira (“Quando é que Lisboa”, 1924) data de fevereiro de 1924, sendo eventualmente uma publireportagem. O autor, identificado como X, deu a palavra a uma fonte da companhia que, pelo discurso, parece ser o próprio A. Ferreira<sup>877</sup>, o que evidenciaria como aquele utilizava a dupla função de secretário da APT e de chefe de redação de *A Capital*.

Relativamente a *O Domingo Ilustrado*, em fevereiro de 1925 aquele semanário publicou um artigo claramente favorável às telefonistas – elogiando o seu trabalho e desconstruindo a opinião negativa de que a imprensa dava regularmente nota (“Está lá”, 1925) –, além de adotar alguns dos argumentos que A. Ferreira utilizava para justificar as deficiências do

<sup>873</sup> A. Ferreira foi diretor do *Jornal da Europa* (em 1920), e também das revistas *A Mulher* (1927) e *Portugal: Revista de Propaganda* (1930-1931). Foi também diretor técnico da revista *Indústria e Técnica* (1945).

<sup>874</sup> Cf. notámos (VI.2.1.), A. Ferreira foi chefe de redação de *A Capital*.

<sup>875</sup> Colaborou em *A Capital*, *ABC*, *Civilização*, *Gazeta dos Caminhos de Ferro*, *Ilustração Portuguesa*, *Jornal do Comércio*, *Magazine Bertrand*, *Manhã*, *Notícias Ilustrado*, *O Século Ilustrado*, *Os Sports*, *O Domingo Ilustrado* (“Os nossos colaboradores”, 1925), *Jornal dos Teatros* (AA.VV., 1947) e *Diário Popular* (“Morreu”, 1965).

<sup>876</sup> A consulta das oito edições de *Portugal: Revista de Propaganda* dirigidas por A. Ferreira – publicadas entre agosto de 1930 e julho de 1931 – revela que só num dos números não houve publicidade da APT.

<sup>877</sup> Veja-se a forma como, tal como noutras intervenções de A. Ferreira, a referida fonte elogiou o gerente da APT. Note-se, também, que em abril de 1922 A. Ferreira concedera uma entrevista a *A Capital*, na qual elogiara o referido gerente (“A Companhia dos Telefones vai”, 1922).

serviço telefónico. O facto de o referido artigo não estar assinado, apesar do conhecimento que o autor revela quanto ao funcionamento de uma central telefónica, levanta a hipótese de ser da autoria do próprio A. Ferreira ou de ter sido eventualmente escrito a título de favor ou em troca de uma qualquer compensação material. O mesmo jornal noticiou em 1925, quando da inauguração da estação da Trindade, que os serviços da APT eram “modelares” (“A nova estação”, 1925: 10).

Os demais jornais referidos tiveram uma participação mais discreta na defesa e na propaganda da APT. Na revista *Ilustração* surgiu publicado em novembro de 1928 um artigo de página inteira dedicado à progressão da APT em Portugal (A.F., 1928). A peça foi assinada sob as iniciais A.F., o que leva a crer que tivesse como autor A. Ferreira, até pelo tom elogioso da mesma<sup>878</sup>. Ilustravam-na, aliás, fotografias efetuadas no interior de uma central telefónica da APT. O *Jornal da Europa*, de que A. Ferreira foi diretor em 1920, publicou em outubro de 1924<sup>879</sup> uma notícia que fora publicada em agosto desse ano por O *Radical* (“Está lá? A Remodelação”, 1924). Quanto à revista *ABC*, A. Ferreira utilizou-a em maio de 1923 para publicar um artigo intitulado “Como se fala ao telefone” (Ferreira, 1923).

As práticas acima descritas estão intimamente relacionadas com a instrumentalização dos jornais, entendida como o controle que a APT – hipoteticamente através das ligações pessoais e jornalísticas de A. Ferreira ou da atribuição de compensações materiais e publicitárias – conseguiu relativamente a um pequeno conjunto de periódicos. Com efeito, nos anos 1920 a Companhia recebeu apoio editorial por parte de *A Verdade*, *O Radical* e *A Voz Pública*, tendo este último jornal contado A. Ferreira entre os seus colaboradores (Lemos, 2006). Os três jornais, que funcionaram, na prática, como porta-vozes da APT – defendendo-a em contra corrente relativamente à restante imprensa –, tinham como denominador comum o facto de serem republicanos, sendo que os dois últimos partilhavam, em 1924, o mesmo diretor – na pessoa de Nogueira Júnior (Lemos, 2006) –, o que levou a que em certas ocasiões tivessem intervindo em simultâneo para defender os interesses da APT. Com efeito, em abril de 1926, com poucos dias de diferença, *A Voz Pública* e *O Radical* publicaram, por ocasião do estabelecimento do serviço de telegramas telefonados, um par de artigos favoráveis à APT e em tudo idênticos<sup>880</sup>. Além do tom elogioso e

---

<sup>878</sup> Vejam-se os excertos em que se anunciava que “todos os progressos da telefonia têm sido acompanhados pela «The Anglo Portuguese Telephone Company, Ld<sup>a</sup>.»” (A.F., 1928: 19) ou em que se postulava que “tarifa por chamadas, e a facilidade do pagamento mensal, tornaram o telefone acessível a todas as bolsas” (*Id.*, *ibid.*).

<sup>879</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1923-1928], notícia de o *Jornal da Europa*, de 5 de outubro de 1924, s.d. [esta edição não se encontra nem na BNP nem na HML].

<sup>880</sup> Tal semelhança é visível, desde logo, nos títulos das peças jornalísticas. Se *A Voz Pública* titulóu que “A Companhia dos Telefones vem dia a dia melhorando as benéficas condições em que serve o público. O extraordinário e proveitoso alcance dos telegramas telefonados” (“A Companhia dos Telefones”, 1926: 1), *O*

excessivamente adjetivado de ambos os artigos, é sobretudo o facto de ambas as notícias terem sido publicadas em simultâneo com o anúncio que a APT inserira, em *O Século*, ao serviço de telegramas telefonados<sup>881</sup>, que sustenta a hipótese de terem os mesmos feito parte da estratégia publicitária da companhia<sup>882</sup>.

Dos três jornais, o menos importante foi *A Verdade*. Ainda assim, em 1921, a propósito de um aumento de tarifas, pretendido pela APT, o jornal não só apoiou o aumento, que considerou “inteiramente admissível, inteiramente justo”<sup>883</sup>, como seguiu a narrativa da APT quanto à causa das deficiências do serviço, culpando os subscritores.

Bem diferentes foram os casos de *O Radical* e de *A Voz Pública*, que surgiram repetidamente a sustentar as posições da APT.

O carácter tendencioso que *O Radical* evidenciou face à APT encontra-se bem expresso no facto de as 18 notícias que dedicou à Companhia nos anos 1920 terem, sem exceção, sido muito favoráveis (Anexo G'). Os primeiros sinais da sua instrumentalização remontam a 1922, ano em que publicou um total de quatro artigos favoráveis à APT. No primeiro deles, em abril, noticiou ser “raro o dia em que nos jornais não aparecessem reclamações e queixas contra a Companhia dos Telefones” (“A Companhia dos Telefones. Vão”, 1922: 1). Tendo perguntado se “eram justos esses clamores?” (*Id.*, *ibid.*), argumentou – à semelhança do que A. Ferreira fizera três dias antes em entrevista a *A Capital* (“A Companhia dos Telefones vai”, 1922), cujas palavras citou<sup>884</sup> – que a “Companhia vive como que esmagada ao peso dos seus tremendos encargos. Todos os espíritos imparciais reconhecerão que têm sido grandes os seus sacrifícios e que ninguém tem o direito de lhe pedir mais” (“A Companhia dos Telefones. Vão”, 1922: 1).

A intervenção de *O Radical*, bem como o conteúdo da notícia, não foi fortuita ou meramente propagandística, mas sim estratégica, o que reforça a tese da sua instrumentalização pela APT. Prova-o o facto de a publicação da referida notícia ter ocorrido no momento em que o ministro do Comércio se preparava para nomear uma comissão para “estudar as reclamações referentes ao funcionamento dos serviços públicos da Companhia

---

*Radical* titulóu “O que é e o que vale a Companhia dos Telefones de Lisboa. Sempre melhorando o serviço público” (“O que é e o que vale”, 1926: 1).

<sup>881</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [19123-1928], p. 113, anúncio de 06-04-1926.

<sup>882</sup> O jornal deu, aliás, nota de tal facto ao informar que “é provável que nem toda a gente tenha dado por uma notícia que a Companhia dos Telefones ontem fez espalhar pela cidade e seus arredores” (“A Companhia dos Telefones”, 1926: 1).

<sup>883</sup> Cf. AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 1 [1914-1922], notícia de *A Verdade*, de 22 de março de 1921, s.p.

<sup>884</sup> Ainda que sob a referência de “um empregado superior da Companhia” (“A Companhia dos Telefones. Vão”, 1922: 1).

e a remodelação das suas tarifas” (“Telephones. Seu funcionamento e tarifas”, 1922: 1). Tal nomeação ocorreu escassos dias após a notícia de *O Radical* – mas também da de *A Capital* –, pelo que não terá sido por acaso, mas como eventual pressão sobre o governo, que aquele jornal concluiu a sua peça com a seguinte mensagem:

A Companhia tem despesas fabulosas para que lhe não chegam as suas minguadas receitas. Urge que ela alargue ainda mais as suas redes, acompanhando o desenvolvimento da cidade. Mas para isso é necessário que lhe facultem os meios necessários. Chamamos para o caso a atenção do público e do governo (“A Companhia dos Telefones. Vão”, 1922: 1).

O mesmo *O Radical* publicou em julho uma nova notícia elogiosa para a APT, o que se evidencia logo no título que lhe atribuiu: “Os serviços dos telefones têm melhorado muito e serão, em breve, modelares”. Nele se deteta pela primeira vez a utilização do termo relações com o público, ao referir-se que “algumas vezes se leem nos jornais palavras de censura para os serviços da Companhia dos Telefones, nas suas relações com o público” (“Os serviços dos telefones”, 1922a: 1). Tal como era a posição da APT, o artigo responsabilizou o público pelas reclamações, afirmando que, em face das dificuldades criadas pela guerra, “o público é que nem sempre atende a circunstâncias anormais, e continua a reclamar, concluindo, das faltas havidas, que na Companhia dos Telefones não havia ordem nem disciplina” (*id.*, *ibid.*).

Ainda em julho de 1922, *O Radical* publicou mais dois artigos elogiosos para a APT, ambos extraídos da visita de um repórter anónimo à estação Norte (“Os serviços dos telefones”, 1922b; “Os serviços dos telefones”, 1922c). Aparentemente, o objetivo era elogiar a componente tecnológica e as instalações, mas também anular as várias críticas que o público e a imprensa haviam feito ao serviço telefónico em si, procurando imputar-lhes um sentimento de culpa<sup>885</sup>.

Em abril de 1923, *O Radical* voltou a visitar a estação Norte da APT. O artigo que resultou da deslocação foi o mais elogioso de toda a série – embora tenha tido sucedâneos nos anos seguintes – considerando que o serviço telefónico “é excelente, é mesmo, podemos avançar, modelar” (“O progresso em marcha”, 1923: 1) e que as deficiências “são tão raras e tão ligeiras que nem merecem registo” (*id.*, *ibid.*). Foi mesmo ao ponto de considerar os que reclamavam do serviço como “energúmenos [que] nunca entraram numa

---

<sup>885</sup> Nesse âmbito, informou: “como somos injustos, nós todos, meus senhores! Como nos enganam! Cada reprimenda, que temos lançado ao telefone, devemos considerá-la, de ora avante, um pecado a pesar na nossa consciência! Sim, nós não temos razão nenhuma, os nossos desesperos vêm da nossa ignorância!” (“Os serviços dos telefones”, 1922c: 1).

estação telefónica, nem supõem o que seja semelhante serviço” e ainda “detratores de pacotilha” (*id.*, *ibid.*).

Em 1924, noutra período de crise e de ameaças concretas ao seu negócio, a APT voltou a contar com a intervenção estratégica de *O Radical*. Assim, em abril, logo que o ministro do Comércio nomeou uma comissão para resolver o problema telefónico e terminar com os constantes aumentos de tarifas devidos à baixa do câmbio, o jornal publicou um novo artigo favorável à Companhia (“Porque é que em Lisboa”, 1924: 1). A sua posição assentou, uma vez mais, na defesa dos interesses da APT. A forma como o jornal apresentou a origem dos factos<sup>886</sup> indicia que o artigo possa ter sido um favor à APT ou mesmo uma reportagem paga por aquela, até porque o texto da notícia foi, *ipsis verbis*<sup>887</sup>, republicado, aparentemente de forma estratégica<sup>888</sup>, em agosto do mesmo ano por *O Século* (“Vai ser remodelado o sistema”, 1924). Cinco dias depois da publicação do referido artigo, *O Radical* deu à estampa uma outra notícia<sup>889</sup>, também ela direcionada à referida comissão<sup>890</sup>.

Subjacente a estas notícias estava a introdução do regime de tarifas por chamadas, hipótese que se colocou governamentalmente em agosto de 1924, o que levou *O Radical* a publicar uma notícia de suporte ao diploma (“Está lá? A remodelação”, 1924). A questão teve o seu auge em novembro, mês em que *O Século* denunciou, como vimos, o decreto aprovado pelo ministro do Comércio. À anulação do diploma pelo novo Governo (“Ontem houve reunião”, 1924), respondeu a APT, entre outras medidas<sup>891</sup>, com a intervenção de *O Radical*, que publicou três notícias alusivas ao caso. A argumentação que o jornal utilizou para defender a manutenção do decreto foi, uma vez mais, a adotada pela própria APT (“A

<sup>886</sup> Noticiou o jornal que “estes elementos que colhemos da própria companhia com números que escaldam, tão violentamente eles ferem com a sua crua verdade, são os que a comissão terá de examinar atentamente” (“Porque é que em Lisboa”, 1924: 1).

<sup>887</sup> A comparação das duas notícias evidencia que variou fundamentalmente a introdução das mesmas. O texto que serviu de base às peças terá sido um relatório e anexos que a APT remeteu em maio de 1919 à AGCT (Cf. AHFPC, espólio APT, A001092, Revisões das tarifas da APT, efetuadas de 1918 a 1924, carta do diretor delegado da APT ao Administrador Geral da AGCTT, de 12 de maio de 1919).

<sup>888</sup> A republicação em agosto terá sido estratégica, pois coincidia com o término do período estipulado para a entrega ao ministro do Comércio do relatório da comissão que aquele nomeara três meses antes para estudar a situação financeira da APT e avaliar da sua capacidade para atender aos aumentos salariais exigidos pelos trabalhadores, ocasião em que, recorde-se, *O Radical* publicara a referida notícia retomada por *O Século*.

<sup>889</sup> Nela defendeu uma vez mais o tarifário pretendido pela APT, transcrevendo para o efeito um “relatório muito bem elaborado” (“Lisboa moderna”, 1924: 1) pela APT.

<sup>890</sup> Afirmou o jornal que “a comissão encarregada de resolver o problema dos telefones, deve ter em vista a remodelação completa de sistema de tarifas usado hoje entre nós e que está completamente posto de parte em quase todos os países” (“Lisboa moderna”, 1924: 1)

<sup>891</sup> A APT publicou um anúncio/aviso nos jornais, nomeadamente no *Diário de Lisboa*, argumentando que o decreto não comportava qualquer aumento de tarifas (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1913-1928], p. 60, aviso de 28-11-1924).

reorganização telefónica”, 1924: 1). Surgiu, contudo, como novidade, o ataque do jornal ao colega *O Século*, episódio que desenvolvemos adiante.

Ainda em novembro, quando o pessoal dos telefones se declarou em greve, *O Radical* apoiou novamente a APT, tendo noticiado que a paralisação laboral era “motivada por uma exigência inqualificável, que não pode por forma alguma ser concedida ao salariedade que trabalha” (“Uma greve”, 1924: 1). Menos estratégicas, porque mais propagandísticas, terão sido as intervenções que *O Radical* fez na segunda metade dos anos 1920<sup>892</sup>.

A instrumentalização de *A Voz Pública* não diferiu em muito da de *O Radical*, mas foi menos frequente pois aquele jornal publicou, relativamente ao segundo, menos 50% de notícias sobre a APT (Anexo H). Cronologicamente, iniciou-se logo em 1924, data de fundação do jornal (Lemos, 2006). Nesse ano importante para a APT, *A Voz Pública* publicou, em novembro, um artigo a defender o novo regime tarifário e o decreto que o instituiu provisoriamente. Nesse sentido, afirmou que “felizmente, exceção dos sempre maldizentes, toda a gente recebeu a transformação telefónica com entusiasmo”<sup>893</sup> (“Um assunto importante”, 1924: 2) e que “confiamos em que o governo deliberará suste e anular a anulação ao decreto n.º 10.318” (*id.*, *ibid.*). Talvez como compensação desse artigo, *A Voz Pública* inserira um dia antes um aviso publicitário da APT sobre o referido decreto.

*A Voz Pública* voltou a mostrar-se subserviente à Companhia quando da inauguração da estação da Trindade, em maio de 1925. Entre outros elogios, escreveu aquele primeiro periódico que a APT, “orientada e servida por um elenco de engenheiros, cheios de mérito e qualidades de ação disciplinada, não descansa um momento, atua noite e dia no sentido de proporcionar à cidade uma rede de comunicações, absolutamente perfeita e moderna” (“A Companhia dos Telefones vem”, 1925: 1).

Em 1928, o avolumar de queixas públicas por parte de diversas instituições – nomeadamente as associações comerciais – e dos assinantes do serviço telefónico, e, sobretudo, a campanha de *A Situação*, terão levado a APT a fazer intervir uma vez mais *A Voz Pública*. Em janeiro, já depois de iniciada a campanha, o jornal deu à estampa um artigo de apoio à posição da Companhia, tendo reproduzido para tal os argumentos que William Pope utilizara nas entrevistas que concedera à imprensa. Nesse sentido, e apesar das

---

<sup>892</sup> Veja-se uma notícia publicada em 1926, na qual defendeu que “Lisboa pode orgulhar-se hoje de possuir um serviço de comunicações telefónicas particulares, que é, além de perfeito, baratíssimo, em relação às muitas despesas da Companhia concessionária, vítima, como todos nós, da crise que se atravessa” (“Telefones”, 1926: 1). Essa mesma argumentação surgiu numa notícia de 1927 cujo título é, aliás, revelador: “Telefones. O melhor serviço público de Lisboa – Magníficas instalações – Pessoal assíduo e inteligente” (“Telefones”, 1927: 1).

<sup>893</sup> Que esta posição não correspondia à verdade, provam-no os telegramas que o chefe do governo (“O momento político”, 1924) e o novo ministro do Comércio (“As tarifas telefónicas”, 1924) receberam da Assoc. dos Comerciantes do Porto e da Assoc. dos Armadores Marítimos e Agentes de Navegação. Em reunião com o ministro do Comércio, também a ACL o felicitou pela mesma razão (“O Governo e o comércio”, 1924).

evidências contrárias, informou que “embora a grande corrente de opiniões seja a favor do novo regime de chamadas, não falta uma ou outra entidade que se lhe opõe tenazmente” (“O problema da remodelação”, 1928: 1). Foi mesmo ao ponto de considerar “em tese magnífico o sistema de chamadas com o barateamento dos aparelhos, para a sua fácil generalização” (*id.*, *Ibid.*). Adicionou ainda ao artigo a opinião favorável de um comerciante, cuja identidade do negócio não foi, porém, revelada.

Relativamente às iniciativas desenvolvidas pela APT no sentido de manter as notícias desfavoráveis fora dos jornais – uma característica inerente ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista –, tal foi concretizado através de, pelo menos, seis vias: a) prática de um discurso omissivo; b) silenciamento de jornalistas e de jornais através de pressões ou mesmo de compensações materiais; c) exercício de pressão técnica e comercial junto das redações; d) ataque público aos jornais críticos; e) perseguição de fontes noticiosas; f) recusa de colaboração em iniciativas realizadas pela imprensa.

A primeira via foi consubstanciada no facto de o discurso da APT omitir deliberadamente informações comprometedoras, questão que foi abordada em 1932 pelo *Diário da Noite* (“Uma campanha patriótica. A Companhia”, 1932: 4).

O silenciamento de jornalistas e de jornais evidenciou-se no âmbito da campanha de *A Situação*. Referindo-se a um diretor da APT, cuja identidade não revelou, Botelho Moniz informou que “no dia imediato ao início da minha campanha, entre vários pedidos para a suspender, recebi o seu” (Moniz, 1928e: 6). Denunciou também a pressão do governo<sup>894</sup> e a existência de “sugestões douradas, para que nos calemos” (Moniz, 1928b: 3). A campanha teve como desfecho a demissão de Botelho Moniz de diretor do jornal de que era “o maior acionista” (“Jorge Botelho Moniz”, 1928: 5). Em nota que publicou sobre a demissão, reafirmou as pressões da APT tendentes ao seu silenciamento:

Declarei, ao iniciar a campanha dos telefones, que coisa alguma me faria calar. Se hoje ou amanhã *A Situação* interrompesse a sua justa crítica, sem a ter concluído, – toda a gente em Portugal, onde é tão fácil acusar, se imaginaria no direito de supor que eu me vendera às libras dos financeiros britânicos. Tão formidáveis interesses giram em redor deste caso, que a calúnia rapidamente me viria alvejar. Não quero dar aos senhores da Companhia, depois de me tentarem reduzir ao silêncio, o prazer de me verem difamado. E como não transijo – vou-me embora. Roubem Portugal ou cubram-no de benefícios – não mais a minha voz se levantará a protestar ou a aplaudir.

Cedo-lhe o lugar – mas antes de cedê-lo – protesto! (Moniz, 1928e: 6).

---

<sup>894</sup> Moniz (1928e) referiu na sua nota de despedida de *A Situação* ter recebido “ordem de silêncio” (p. 6) da parte do ministro do Comércio, entidade que tutelava a relação contratual do Estado português com a APT.

Também o *Diário da Noite* se referiu ao silenciamento. No âmbito da campanha que efetuou contra a APT, em 1932, informou que “bem sabemos que os srs. da firma Pope, Grant, Stilwel & C.<sup>a</sup> Limitada, não nos perdoam (eles que estavam habituados a certos silêncios culposos, para não empregarmos outro termo)” (“Telefones”, 1932: 8). Implícita a esta afirmação poderá estar a prática de silenciamento dos jornalistas através de contrapartidas materiais.

Consubstanciou a terceira via a pressão técnica e comercial exercida pela APT junto dos jornais hostis aos seus interesses. De facto, se há evidência de que a Companhia colocava um cuidado especial no serviço telefónico prestado aos clientes na área da imprensa<sup>895</sup>, a relação comercial podia, contudo, não ser igualitária. Tal se infere da reação, em janeiro de 1919, do jornal monárquico *Diário Nacional*:

Temos feito reclamações consecutivas, mas o sr. Frazer não só nos não manda cá o seu secretário, o que é o menos, como não faz outra coisa senão iludir os nossos empregados que se apresentam na Companhia, mandando-lhes prometer sucessivamente ora para um dia ora para outro a decanada ligação, que nunca se faz. [...]

É pois agora ocasião de perguntar se o público é servido pela Companhia dos Telefones consoante as preferências pessoais ou políticas do sr. Frazer, e se para termos os nossos aparelhos a funcionar será necessário não só desembolsar o preço da assinatura à Companhia, mas ainda também pagar quota a algum centro republicano (“A pândega dos telefones”, 1919: 1).

Frazer reagiu à notícia, tendo esclarecido, em carta enviada ao *Diário Nacional*, que a APT “não tem nem pode ter política alguma, cumpre apenas com o seu contrato o melhor que pode dentro das atuais dificuldades”, reiterando que “a Companhia que dirijo tem a maior consideração por tudo quanto interessa à Imprensa” (“Os telephones”, 1919a: 2). Este caso permite também perceber como se processava a relação da APT com a imprensa em situações de crise. O procedimento, que envolveu algum diálogo e passou pela intervenção do secretário (“Os telephones”, 1919a: 2), findou com o convite ao diretor do jornal para visitar as instalações da APT a fim de “pessoalmente avaliar a situação atual da Companhia, as dificuldades constantes e múltiplas que surgem constantemente e que têm impedido que o serviço se não faça com a regularidade como esta Companhia deseja” (*id.*, *ibid.*). O facto de ser permitida à imprensa a verificação direta dos factos enquadra-se no modelo da Informação Pública.

---

<sup>895</sup> Testemunhou-o *A Manhã*, quando em 1919, depois de os seus telefones terem sido furtados, informou contar “com a gentileza proverbial da direção da Companhia dos Telefones, com a sua boa-vontade inextinguível, já para com a imprensa tantas vezes manifestada” (“Telefones”, 1919a: 3). Informou mesmo que “ontem procurou-nos [...] o secretário da Companhia que da parte do Sr. Frazer nos comunicou que hoje mesmo seriam nos nossos escritórios e salas colocados, e a funcionar, novos aparelhos” (“Telefones”, 1919b: 1).

Também A. Ferreira terá utilizado a assistência que a APT prestava aos serviços telefónicos disponibilizados aos jornais para fazer algum tipo de censura<sup>896</sup>. É o que se depreende da notícia publicada em março de 1925 por *O Libertador* (“À honestíssima”, 1925), jornal que, como vimos (V.2.6.), foi bastante crítico da APT.

A pressão comercial era exercida através da não inserção de publicidade nos jornais críticos. Ilustram-no as declarações de João Paulo Freire, diretor técnico e editor do *Diário da Noite*, que, a propósito da campanha que aquele jornal conduziu em 1932 contra a APT (cf. V.2.6.), escreveu: “quem ousa atacar a Companhia dos Telefones? Os idiotas da nossa força. Por isso não temos anúncios – nem um para amostra!, do grande potentado inglês” (Freire, 1934: 162). O próprio *Diário da Noite* se referiu a essa questão, tendo noticiado que era “excluído da lauta boda de publicidade e anúncios dados a todos os jornais pela Companhia dos Telefones” (“Telefones...”, 1932: 1). Argumentou que o motivo de tal exclusão pela APT se devia ao facto de ter “posto a descoberto a sua péssima administração que procura lesar o Estado e exige exorbitantes sacrifícios ao público para os seus administradores encherem as algibeiras” (*Id.*, *ibid.*).

Os esforços da APT para manter as más notícias fora da imprensa fizeram-se também, ainda que pontualmente, pelo ataque aos jornais que as publicavam. A Companhia não agiu diretamente, mas sim através de *O Radical*, que em 1924 – na sequência do já referido episódio envolvendo a anulação de um decreto favorável à APT – criticou *O Século*<sup>897</sup>, que em novembro de 1924 publicara três notícias muito críticas do referido decreto e da conduta da APT (“O sr. ministro do Comércio faz”, 1924; “Associação Comercial de Lisboa”, 1924; “Do pão do compadre”, 1928). Em resposta a *O Radical*, *O Século* denunciou, precisamente, a utilização ofensiva que a APT fez daquele jornal, o que se subentende do texto e do contexto em que foi publicado:

Em subsequentes artigos [...] iremos desfiando toda esta meada tão habilmente urdida pela Companhia e pelo seu protetor, não valendo a pena [...] às poderosas influências de que a Companhia dispõe o largarem-nos às canelas certos mastins conhecidos, porque estamos de sobra couraçados contra os dentes dos mesmos (“Recomendável”, 1924: 1).

<sup>896</sup> Noutros casos, serviu por vezes como último recurso da imprensa em face de avarias nos seus telefones. Veja-se o episódio que envolveu em 1922 *O Mundo* (“Providências! Providências!”, 1922: 1).

<sup>897</sup> Além de o desmentir, considerando que “mais uma vez «O Século» perdeu por falar antes de tempo...” (“Os telefones”, 1924c: 1), *O Radical* referiu-se-lhe como “*órgão das forças económicas rebeladas contra o Estado*” (“Os telefones”, 1924d: 1). Perguntou ainda se “passou «O Século» a ser o inspirador dos governos da República?” (“A reorganização”, 1924: 1), afirmando que uma parte dos comerciantes foi “ludibriada pela capciosa campanha de certa imprensa, «O Século» à frente” (*Id.*, *ibid.*). Note-se que a posição de *O Radical* nesta questão não só contrastava com a opinião global da imprensa, que criticou o referido decreto – vejam-se “Mau exemplo” (1924) e “A melhoria do nosso” (1924) –, mas também com a da ACL (cf. V.2.5).

A perseguição às fontes que veiculavam notícias desfavoráveis à APT tornou-se primeiramente visível durante o episódio acima referido. Com efeito, Roque da Fonseca, diretor da ACL, foi igualmente atacado por *O Radical*, que se referiu ao seu “discurselho” (“Os telefones. O novo decreto”, 1924a: 1) na assembleia geral daquele organismo, informando que fez uma análise do referido decreto “pelo mesmo caviloso prisma d’«O Século» e de harmonia com aquele mesmo espírito feudal de venha a nós, que constitui a base do programa rebelde das forças económicas que se pretendem sobrepor a tudo e a todos...” (*Id., Ibid.*).

Em 1932, no quadro da campanha efetuada pelo *Diário da Noite*, a perseguição às fontes noticiosas teve um novo episódio. Noticiou aquele jornal que os administradores e diretores da APT “andam furiosos, enervados, com o que o *Diário da Noite* tem dito sobre a zelosíssima administração da Companhia dos Telefones” (“Companhia dos Telefones. Prossequindo”, 1932: 1). Segundo o periódico, aqueles quadros da APT chegaram “ao ponto de promoverem investigações para apurarem quem é ou quem são os nossos informadores, prometendo recompensas vantajosíssimas aos que apresentarem provas que os satisfaçam, ao mesmo tempo que ameaçam tudo e todos”<sup>898</sup> (*Id., Ibid.*). Embora não haja evidência da ligação entre ambos os fenómenos, poderá ter sido este episódio que levou a APT a estatuir em 1943, no *Regulamento Geral do Pessoal*, a proibição dos seus funcionários se dirigirem à imprensa (APT, 1943b)

A recusa de colaboração da APT em iniciativas realizadas pela imprensa – como forma de evitar a publicação de notícias desfavoráveis – colocou-se no contexto das subscrições públicas que alguns jornais efetuaram nos anos 1910 e 1920, pretendendo, assim, recompensar monetariamente as telefonistas pelos serviços prestados durante os golpes revolucionários, e não só, ao manterem-se nos seus postos de trabalho.

A primeira dessas iniciativas foi realizada em 1915, pelo *Diário de Notícias* (“Empregadas das estações”, 1915), na sequência do movimento revolucionário ocorrido em maio. Seguiu-se, logo em 1917, uma outra subscrição, envolvendo *O Século*, o *Diário de Notícias* e *O Dia*, tendo tido também o apoio de *A Opinião*.

Na segunda metade dos anos 1920, a APT passou, contudo, a opor-se publicamente a tais campanhas pois passavam ao público a ideia de que os seus funcionários eram mal remunerados<sup>899</sup>.

---

<sup>898</sup> Numa notícia posterior (“Telefones”, 1932), o *Diário da Noite* informou que continuava a receber novas informações das suas fontes, “isto apesar dos trabalhos detectivescos... de meia tigela iniciados pelos srs. Pope, Grant e seus associados” (p. 4).

<sup>899</sup> Veja-se como *O Século* informou numa das campanhas que a APT tinha “o dever iniludível de olhar para a mísera situação do seu pessoal” (“O serviço dos telefones. ‘O Século’”, 1917: 1).

Foi nesse sentido que em dezembro de 1926, no seguimento do sismo que se deu em Lisboa, A. Ferreira escreveu ao *Diário de Notícias*, informando que competia à APT “premiar e castigar” as suas empregadas (“O serviço dos telefones – Uma subscrição”, 1926: 1) e que os recursos financeiros já obtidos pelo jornal deviam ser entregues aos pobres. O mesmo sucedeu em fevereiro de 1927, malogrando-se uma campanha de subscrição organizada por *O Século* (“A subscrição”, 1927).

#### VI.4. ANÁLISE FREQUENCIAL DOS MODELOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

A análise de conteúdo efetuada (cf. Cap. I) permitiu quantificar a frequência dos modelos de RP praticados pela APT ao longo do período considerado (1910-1948). Para melhor explicitar o fenómeno, faremos a leitura dos dados segundo três planos.

Antes, importa explicitar que o conjunto dos quatro modelos e dos 48 indicadores concebidos para os identificar originou um total de 5504 entradas frequenciais (Quadro VI.2.), resultantes da análise a 733 recortes, 50 OS, 99 notícias provenientes de dois boletins da APT, 19 intervenções parlamentares e três livros da APT/CTT.

Num primeiro plano, o da análise de que indicadores foram prevalentes em cada modelo (Quadro VI.2.), evidencia-se, globalmente, que o indicador referente à dimensão ‘Modelo de comunicação’ não obteve qualquer frequência em nenhum dos modelos.

Quanto ao modelo do Agente de Imprensa/Publicista, apenas três indicadores atingiram as duas casas decimais: ‘o “público seja enaganado”/”o público que se dane” e seja abusado’ (43,4%), ‘gerar publicity para a empresa’ (22,0%) e ‘o público como entidade desinformada e abusadora, devendo ser controlada e reprimida’ (10,9%). Três indicadores, incluindo o já mencionado a nível global, não registaram qualquer frequência, o que tem a ver com o facto dos outros dois (‘observação informal’; ‘contagem do número de pessoas’) se referirem à pesquisa efetuada pela APT, procedimento que, conforme descrito em VI.3., existiu na APT durante o período em análise, mas não se traduziu em referências nas fontes utilizadas para a análise de conteúdo, mas tão só em evidência documental.

No modelo da Informação Pública, assumiram preponderância frequencial três indicadores: ‘preparar notícias para os jornalistas’ (36,2%), ‘departamento/praticante de RP como um disseminador neutral de informação e como intérprete’ (27,5%), e ‘o público como principal preocupação’ (18,9%). Tal como no modelo do Agente de Imprensa/Publicista, os indicadores referentes à pesquisa não geraram qualquer frequência.

No modelo de Duas-vias Assimétrico, verifica-se que coube a quatro indicadores a predominância frequencial: ‘comunicação partilhada’ (33,5%), ‘alinhamento do público com os interesses da APT’ (21,3%), ‘advocacia’ (19,1%) e ‘conseguir que os públicos se comportem como a APT pretende’ (13,4%). Nos dois indicadores relativos à pesquisa

apenas um – ‘pesquisa formativa para melhor persuadir os públicos’ – obteve um valor frequencial, ainda que reduzido (0,6%).

**Quadro VI.2. – Freq. e % dos indicadores nos modelos de RP praticados pela APT (1910-1948)**

Agente de Imprensa/Publicista			Informação Pública		
Indicadores	Freq.	%	Indicadores	Freq.	%
1) Advocacia	193	6,4%	1) Disseminação/intérprete	383	27,5%
2) Monólogo	64	2,1%	2) Monólogo	64	4,6%
3) Informação inc./distorcida/mentira	253	8,4%	3) Veracidade da informação	20	1,4%
4) Unilateralidade comunicacional	0	0,0%	4) Unilateralidade comunicacional	0	0,0%
5) Observação informal	0	0,0%	5) Avaliação adeq. da informação	0	0,0%
6) Contagem do número de pessoas	0	0,0%	6) Determ. da utilização da info.	0	0,0%
7) Público seja enganado/que se dane	1307	43,4%	7) O público seja informado e acol.	61	4,4%
8) Entidade desinformada/abusadora	328	10,9%	8) Público como principal preocup.	263	18,9%
9) Convencer os jornalistas	32	1,1%	9) Atuar como jornalista na APT	26	1,9%
10) Gerar publicity para a empresa	663	22,0%	10) Compreender os jornalistas	59	4,2%
11) Gerar publicity para um evento	159	5,3%	11) Preparar notícias p/ jornalistas	504	36,2%
12) Evitar a má publicidade	11	0,4%	12) Provid. informação objetiva	14	1,0%
<b>Total</b>	<b>3010</b>	<b>100,0%</b>	<b>Total</b>	<b>1394</b>	<b>100,00%</b>

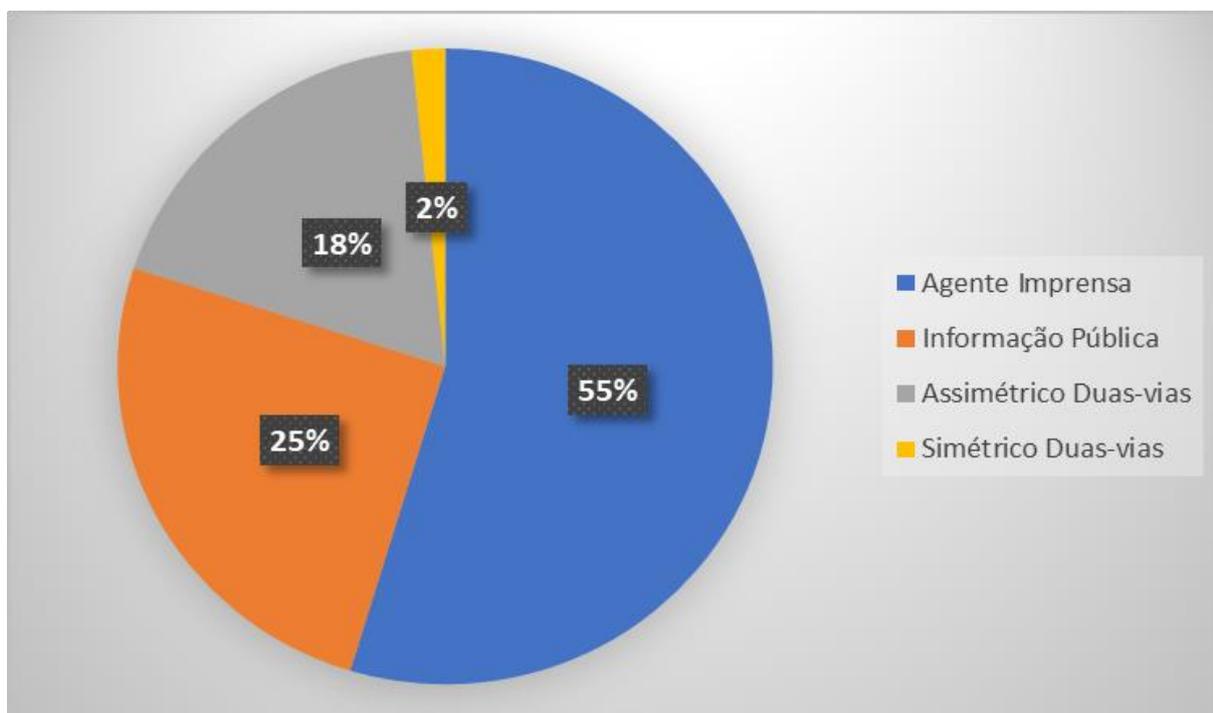
Duas-vias Assimétrico			Duas-vias Simétrico		
Indicadores	Freq.	%	Indicadores	Freq.	%
1) Advocacia	193	19,1%	1) Agente de mediação	10	11,1%
2) Comunicação partilhada	338	33,5%	2) Diálogo	9	10,0%
3) Efeitos desequilibrados da com.	23	2,3%	3) Efeitos equilibrados da com.	7	7,8%
4) Unilateralidade/feedback controlo	0	0,0%	4) Bilateralidade comunicacional	0	0,0%
5) Pesquisa formativa	6	0,6%	5) Pesquisa formativa	3	3,3%
6) Pesquisa avaliativa	0	0,0%	6) Pesquisa avaliativa	0	0,0%
7) Público seja compreendido e pers.	39	3,9%	7) Público como legitimador	41	45,6%
8) Alinhamento do público com a APT	215	21,3%	8) Público em igualdade	20	22,2%
9) Persuadir os públicos	38	3,8%	9) Negociar c/ públ. ativistas	0	0,0%
10) Conseguir que os públicos se...	135	13,4%	10) Usar teorias de resol. conflitos	0	0,0%
11) Manipular cientif. os públicos	22	2,2%	11) Ajudar gestão a cmpd. público	0	0,0%
12) Utilizar princípios psic. persuasão	1	0,1%	12) Determ. c/ públ. reagem à APT	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>1010</b>	<b>100,0%</b>	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100,0%</b>

No modelo de Duas-vias Simétrico, destacaram-se dois indicadores, o primeiro deles de forma preponderante: o público como ‘entidade que legitima os negócios e com a qual importa manter relações mutuamente benéficas’ (45,6%) e público como ‘entidade em plano de igualdade com a organização e com a qual se dialoga para atingir a compreensão mútua’ (22,2%). Tal como no modelo de Duas-vias Assimétrico, só um dos indicadores referentes à pesquisa – ‘pesquisa formativa para avaliar a compreensão mútua entre a APT e os seus

públicos' – obteve valor frequencial, ainda que diminuto (3,3%). No total, foram cinco os indicadores que não obtiveram qualquer frequência, excluindo o já referido a nível global: 'pesquisa avaliativa para determinar o sucesso no entendimento mútuo entre a APT e os seus públicos', 'negociar com públicos ativistas', 'usar as teorias da resolução de conflitos para lidar com os públicos', 'ajudar a gestão de topo a compreender a opinião de públicos específicos' e 'determinar como os públicos reagem à APT'.

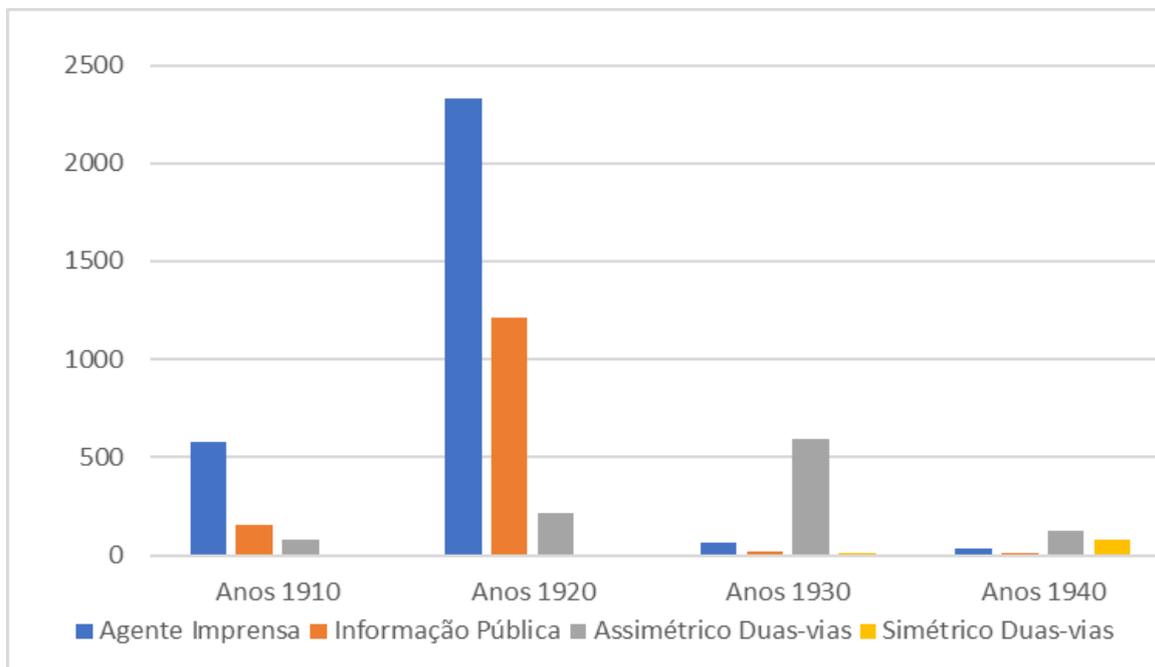
Num segundo plano de análise, encontra-se o somatório do volume frequencial dos indicadores de todos os modelos ao longo do período considerado (Fig. VI.2.). Os dados revelam a predominância do modelo do Agente de Imprensa/Publicista (55%), seguido, em menor escala, pelos modelos da Informação Pública (25%) e Assimétrico de Duas-vias (18%). A frequência do modelo Simétrico de Duas-vias é mínima (2%).

**Figura VI.2. – Prevalência global dos modelos de RP praticados pela APT (1910-1948)**



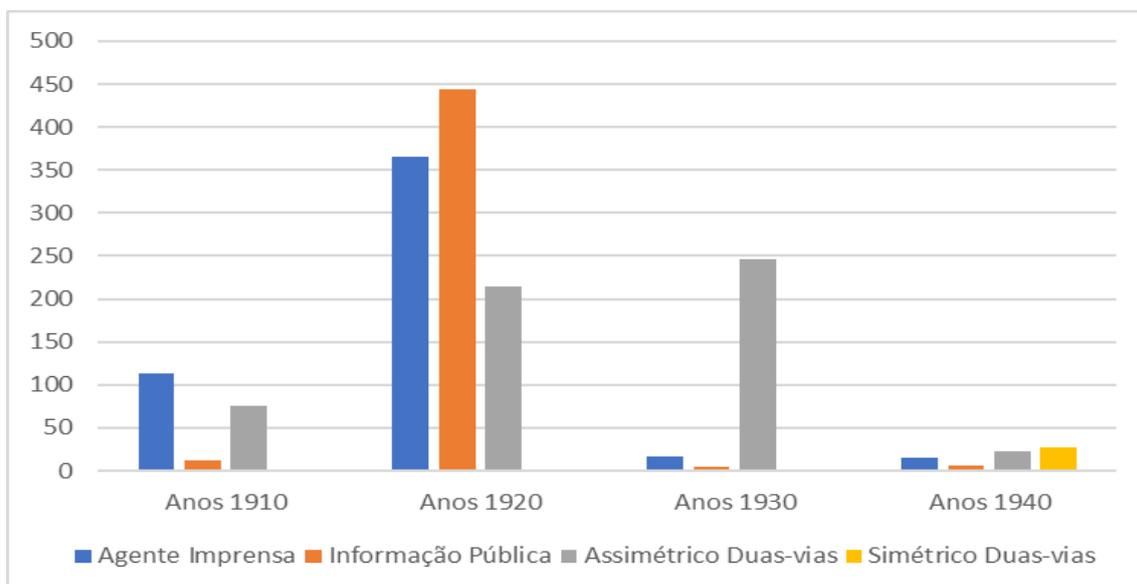
A leitura dos dados por décadas (Fig. VI.3.) revela que nos anos 1910 e 1920 foi prevalente o modelo do Agente de Imprensa/Publicista e que nos anos 1930 e 1940 teve maior frequência o modelo de Duas-vias Assimétrico, logo seguido pelo de Duas-vias Simétrico, ainda que com reduzida expressão frequencial.

**Figura VI.3. – Prevalência, por décadas, dos modelos de RP praticados pela APT, considerando todas as dimensões e indicadores (1910-1948).**



Se excluirmos da análise de cada modelo os seis indicadores relativos às duas dimensões – ‘entendimento do público’ e ‘tarefas típicas do praticante de RP’ – que, como notámos, não fazem parte da construção modelar original de Grunig e Hunt (1984), a progressão diacrónica dos modelos torna-se mais evidente (Fig. VI.4.).

**Figura VI.4. – Prevalência, por décadas, dos modelos de RP praticados pela APT, excluindo duas dimensões e respetivos indicadores (1910-1948)**

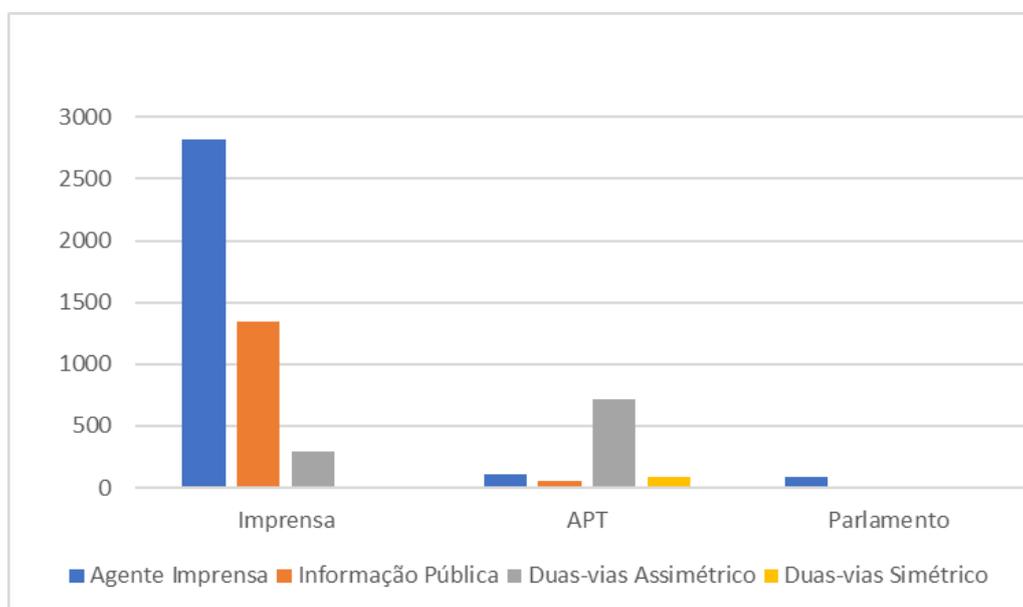


Nesse âmbito (n = 1564), desenha-se uma clara progressão, por décadas, dos modelos, sucedendo-se o Agente de Imprensa/Publicista (anos 1910), Informação Pública (anos 1920), Assimétrico de Duas-vias (anos 1930) e Simétrico de Duas-vias (anos 1940). Note-se, contudo, que os modelos não são de prática exclusiva; pelo contrário, sobrepõem-se, embora seja possível encontrar um modelo predominante, sobretudo até aos anos 1930.

Num terceiro, e último plano de análise, importa cruzar os dados com o tipo de fonte em que foram recolhidos. Tal permite perceber se os modelos de RP utilizados pela APT variaram em função dos públicos, pois os recortes de imprensa traduzem, sobretudo, a posição da imprensa, as publicações periódicas/OS/livros da APT refletem a comunicação da Companhia com os seus trabalhadores e as intervenções parlamentares consubstanciam a opinião dos deputados e dos senadores sobre a APT e a sua relação com os públicos.

Assim, a análise dos dados (Fig. VI.5.) evidencia que: 1) os modelos do Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública foram utilizados pela APT para comunicar com a imprensa, o que é coerente com a estreita ligação dos dois modelos aos media; 2) o modelo de Duas-vias Assimétrico predominou na comunicação com os trabalhadores da APT, tendo estado presente, em menor escala, na comunicação com a imprensa; 3) o modelo do Agente de Imprensa/Publicista surge associado aos debates parlamentares efetuados durante o período em análise, não tanto por a APT ter comunicado com os deputados e senadores, mas porque as suas intervenções revelaram a prática de tal modelo; 4) a prática do modelo de Duas-vias Simétrico é diminuta no período em análise, surgindo associada apenas aos trabalhadores da APT.

**Figura VI.5. – Prevalência, por fonte analisada, dos modelos de RP praticados pela APT (1910-1948)**



Atendendo a que ilustrámos anteriormente (VI.3.) as práticas de RP que a APT manteve com os seus diferentes públicos, ilustrando os modelos de RP que lhe estiveram subjacentes, abtemo-nos de providenciar exemplos associados à dimensão quantitativa ora exposta.

## – CONCLUSÃO –

**A** presente pesquisa foi norteada, conforme definido na Introdução e no Cap. I, por um conjunto de interrogações, de objetivos, de uma questão de partida e de diversas hipóteses. Efetuada a análise documental e empírica, importa agora responder a tais interrogações e propósitos e aferir a validade das hipóteses provisórias avançadas, o que faremos no quadro de um necessário esforço de síntese, privilegiando-se a objetividade, a sistematização e o encadeamento lógico dos temas.

### 1. Conclusões por objetivos

O primeiro objetivo deste estudo prende-se com a determinação dos antecedentes das RP em Portugal, previamente ao período em análise, procurando-se identificar, nomeadamente, práticas de *publicity* em contexto empresarial. Concluiu-se que:

- a) há indícios de que durante o terceiro quartel do século XIX algumas empresas e organizações enviavam aos jornais informação referente às suas iniciativas, serviços e produtos (Miranda, 2005), numa atividade do tipo *publicity*, fenómeno que não aprofundámos, por se encontrar fora do âmbito cronológico do presente estudo.

O segundo objetivo que definimos passava por situar cronologicamente as origens do fenómeno das RP em Portugal quanto ao termo, ao conceito e à prática, comparando-as com as origens em países terceiros (Europa), visando encontrar consonâncias e dissonâncias cronológicas e setoriais. Nesse sentido, é possível concluir que:

- a) o termo 'Relações Públicas' terá surgido no período histórico que corresponde à Primeira República (1910-1926). Inicialmente sob a designação 'Relações com o Público', foi introduzido em 1915, no âmbito académico, pelo Professor Mário d'Azevedo Gomes (ISA), que nesse mesmo ano efetuara uma viagem de estudo aos EUA, tendo contactado com as práticas de tipo-RP desenvolvidas por um pequeno conjunto de universidades norte-americanas. Azevedo Gomes utilizou primeiramente o termo numa conferência proferida na Associação de Agricultura, em 1915, cujo

conteúdo foi seguidamente publicado na *Revista Agronómica* (Gomes, 1915) e numa separata desse mesmo periódico, editada em 1916 (Gomes, 1916).

A nível empresarial, as RP foram enquadradas sob esse mesmo termo – ‘Relações com o Público’ – a partir dos anos 1930, como o atesta o estudo de caso da APT. Em 1948, Mello Portugal, funcionário do departamento de tipo-RP da APT, defendeu, contudo, que seria mais apropriado usar o termo ‘Relações Públicas’ (Portugal, 1948), sendo essa, possivelmente, a primeira referência ao mesmo em Portugal. Nos anos 1950, o designativo ‘Relações Públicas’ era já utilizado por empresas/organizações como a APT, Shell Portuguesa e CTT;

- b) um primeiro conceito de RP surgiu também no período da Primeira República e através de Azevedo Gomes (1915, 1916). Coube, no entanto, à APT a primazia na conceptualização das RP em Portugal, tendo publicado dois manuais (APT, 1934; APT, 1948), sendo o segundo o mais relevante, por consubstanciar a primeira e única reflexão e sistematização técnica sobre as RP conhecida em Portugal. O mesmo fez Mello Portugal, cujos CTT publicaram uma palestra da sua autoria dedicada às RP na APT (Portugal, 1948);
- c) as práticas de tipo-RP no universo empresarial da primeira metade do século XX, tendo como referência o período em análise (1910-1948), remontam aos anos 1910, podendo ser enquadradas em duas tipologias, desenhadas em função do processo de institucionalização da função RP. Na primeira, inscrevem-se as empresas que desenvolveram ações pontuais de RP (Aero Portuguesa), que revelaram preocupação com o público (CP) ou que mantiveram relações com a imprensa (The Eastern Telegraph Company Ltd., Portugal Previdente, MABOR). Na segunda, incluem-se as empresas que lograram estabelecer departamentos de RP ou do tipo-RP, o que ocorreu na APT, Companhia de Moçambique, CRGE, CTT, CPRM, Ford Lusitana, Philips Portuguesa, TAP, KLM, Companhia Colonial de Navegação, Shell, Socony-Vacuum (Mobil) e, presumivelmente, no Instituto Pasteur de Lisboa.

Ao nível das ONG e das organizações governamentais e políticas, as práticas de tipo-RP apresentam raízes mais antigas, remontando, pelo menos, a 1906, ano de fundação da Sociedade Propaganda de Portugal, que nesse mesmo ano criou uma Comissão de Publicidade, a qual atuou nas décadas seguintes como um departamento de tipo-RP, nomeadamente ao nível das relações com a imprensa, da edição de publicações e na organização de eventos.

No campo governamental e político, as práticas de tipo-RP foram desenvolvidas, logo a partir dos anos 1910, pelos serviços/repartições de propaganda ou imprensa dos ministérios dos Negócios Estrangeiros, Agricultura e Interior, por organismos de propaganda – como a Repartição de Turismo, fundada em 1911, e o Secretariado da

Propaganda Nacional/Secretariado Nacional da Informação, Cultural Popular e Turismo (1933-1974) –, pelos Serviços de Propaganda e Informação da República Portuguesa nos Países Amigos e Aliados (criados em 1918), pelos adidos de imprensa ao serviço das legações e embaixadas nacionais (com início em 1919), pelo Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação (criado em 1940) e pela Comissão de Propaganda da União Nacional.

No plano das organizações estrangeiras de âmbito político a operar em Portugal, também o Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa, que funcionou durante a Primeira Guerra Mundial, e as legações embaixadas acreditadas em Portugal desenvolveram práticas de tipo-RP, estas últimas através dos respetivos adidos de imprensa, que atuaram, sobretudo, a partir do final dos anos 1930 e durante a Segunda Guerra Mundial;

- d) em face do exposto, e no que concerne à comparação do início das práticas de tipo-RP em Portugal com a realidade europeia, considerando-se como termo de análise o período de constituição de departamentos de tipo-RP em empresas e em organismos não empresariais, verifica-se, globalmente, que o País assume um evidente pioneirismo, sucedendo, cronologicamente, à Alemanha. Em termos de modelo, Portugal, Áustria, Polónia e Suécia partilham o facto de a criação de departamentos de tipo-RP ter ocorrido, em simultâneo, no ambiente estatal e empresarial, ainda que mais tardiamente nos últimos dois países referidos. Se considerarmos apenas o universo empresarial, levando em conta que os primeiros departamentos de tipo-RP surgiram em Portugal nos anos 1920/1930, verifica-se uma convergência temporal com sete países: Áustria, Irlanda, Países Baixos, Reino Unido, Finlândia, Itália e República Checa. Por sector de atividade, e considerando a primazia que os sectores da eletricidade (CRGE), comunicações (APT, CTT, CPRM) e automóvel (Ford Lusitana) tiveram, nos anos 1920 e 1930, no que concerne à constituição de departamentos de tipo-RP, Portugal convergiu com a Irlanda, Países Baixos, Reino Unido e República Checa. Nos anos 1940, com a emergência de departamentos de tipo-RP nos sectores do transporte aéreo (TAP, KLM), petroquímica (Shell, Socony-Vacuum/Mobil) e equipamento elétrico (Philips Portuguesa), convergiu com a Bélgica, França, Itália e Suécia.

No quadro do terceiro objetivo, pretendemos caracterizar a institucionalização empresarial das RP, procurando encontrar processos de progressão hierárquica ao nível da atribuição da responsabilidade por tal função e da estruturação departamental, e determinar o *background* profissional dos praticantes de RP. Em conclusão, verificou-se que:

- a) previamente à criação de departamentos de tipo-RP, as empresas terão, a avaliar pelo caso da APT, atribuído tal responsabilidade a um administrador com ligação aos OCS, o que sucedeu ainda no século XIX;
- b) no início do século XX, nos anos 1910, a função transitou para os secretários-gerais, podendo aqueles ter também experiência nas relações com os OCS ou serem mesmo jornalistas. Constitui exemplo desse processo o caso de Armando Ferreira, que começou por atuar nas RP da APT na qualidade de Secretário, passando, em 1928, a chefiar a Secção de Contratos e Propaganda e que em 1935 foi nomeado 'Secretário Executivo para as Relações com o Público';
- c) a criação de departamentos de tipo-RP ocorreu a partir dos anos 1920. Até aos anos 1940, tais estruturas eram designadas como serviço/direção/secção de Propaganda (CRGE), Estatística e Propaganda (Companhia de Moçambique), Publicidade e Propaganda (CTT), Informação, Reclamações e Propaganda (CPRM), Imprensa e Publicações (Philips), Informações (TAP), Imprensa e Publicidade (KLM), Imprensa e Propaganda (Companhia Colonial de Navegação), Publicidade (Shell e Socony-Vacuum/Mobil). Nos anos 1950, algumas das referidas estruturas, como as da APT e da Shell, mas também a da Companhia Portuguesa dos Petróleos BP, passaram a adotar a designação de serviço/direção/secção/departamento de 'Relações Públicas'. Este processo teve uma progressão em tudo idêntica no âmbito das instituições governamentais;
- d) o aludido processo de institucionalização das RP encontra algum paralelo com a periodização proposta por Gras (1945), cf. Cap. III.2.1. É importante notar que, tal como em Portugal, os departamentos alemães de RP operantes na esfera política também evoluíram a partir dos departamentos de imprensa previamente existentes (Bentele, 2015);
- e) o *background* profissional dos responsáveis pelos referidos departamentos ou pelas práticas de RP não enquadradas num departamento específico, apresenta, tanto quanto foi possível apurar, três origens comuns: o jornalismo, de que eram praticantes Armando Ferreira (APT), António Montês (CP), Herculano Nunes (Companhia de Moçambique), Maurício de Oliveira (Companhia Colonial de Navegação) e João de Moraes Palmeiro (KLM); o Direito, representado por Francisco do Vale Guimarães (CTT); e as artes, através de Albert Jourdain (CRGE). Alguns desses dirigentes/praticantes eram também escritores/ensaístas, referenciando-se

como tal Armando Ferreira, Maurício de Oliveira<sup>900</sup>, Fernando Val do Rio de Carvalho Henriques (Socony-Vacuum/Mobil)<sup>901</sup> e Francisco do Vale Guimarães.

Este mesmo panorama é válido para os líderes dos departamentos de tipo-RP nas ONG e nas organizações governamentais. Com efeito, Sebastião de Magalhães Lima (Soc. Propaganda de Portugal) era jornalista e escritor, tal como Francisco Salema Mayer Garção, Armando Boaventura, Homem Cristo Filho (Ministério dos Negócios Estrangeiros) e António Ferro (Secretariado da Propaganda Nacional). Outros, como Joaquim Belford Correia da Silva<sup>902</sup> (Ministério dos Negócios Estrangeiros), distinguiram-se como escritores;

- f) a prevalência do jornalismo como *background* profissional dos praticantes de RP ativos no período em análise reforça a existência de um processo de coevolução entre o jornalismo e as RP.

Definimos o quarto objetivo como a determinação e a contextualização, em particular, das origens e do desenvolvimento das RP empresariais em Portugal, identificando as principais causas subjacentes ao fenómeno e enquadrando-as nas diferentes correntes historiográficas e nas lógicas de explicação histórica. Referimos, especificamente, que importava conhecer: a) por que razão as RP empresariais emergiram num período específico; b) se surgiram como reação a uma ameaça (interior ou exterior) às empresas ou, pelo contrário, na sequência de um processo de desenvolvimento organizacional.

Nesse sentido, concluímos que o início das práticas de RP empresariais, ocorrido, como vimos, durante os anos 1910 e institucionalizado a partir da década seguinte, ter-se-á ficado a dever a uma sincronicidade de fatores que estiveram ausentes em períodos/contextos anteriores. São eles:

- a) a instabilidade política e social que caracterizou a Primeira República, com a sucessão de governos de curta duração, o recrudescimento do movimento operário, enquadrado por uma nova lei da greve (promulgada logo em 1910) que originou um movimento grevista inédito, e uma conflitualidade social e laboral sem precedentes, que se adensou durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918);

<sup>900</sup> Vejam-se, entre outras, as obras *África de sonho* (1932), *Bandeiras a tope!: a guerra no mar durante o ano de 1940* (1941) e *Os cruzadores na Marinha Portuguesa: esboço histórico* (1966).

<sup>901</sup> Vejam-se, entre outras, as obras *A quarta dimensão* (1927), ou, a nível técnico, *Vendedores e compradores: noções de psicologia aplicada à arte de vender* (1943) e *O gerente e a sua gente: as relações entre dirigentes e dirigidos como fator de eficiência da empresa* (1946).

<sup>902</sup> Conhecido, literariamente, como Joaquim Paço d'Arcos.

- b) as transformações ocorridas na comunicação social. Desde logo a emergência de um novo tipo de jornalismo, preponderantemente noticioso e sensacionalista – porque cada vez mais dependente das receitas publicitárias, em função das audiências –, assente no primado do público e do jornalista como intérprete da opinião pública para um público mais alargado e menos instruído. Por outro lado, a multiplicação de jornais humorísticos/satíricos, alguns dos quais visaram diretamente as empresas e os empresários entendidos como abusadores face ao público. Mais relevante, a proliferação da imprensa republicana, que se radicalizou, tendo, no quadro de uma reposta liberdade de imprensa, visado as empresas – particularmente as que prestavam serviços públicos, as monopolistas e as de origem estrangeira – através da publicação de notícias extremamente negativas e da condução de campanhas prolongadas de denúncia de más práticas empresariais. Note-se que algumas destas empresas, como era o caso da APT, providenciavam um serviço indispensável ao funcionamento da imprensa, razão pela qual as falhas operacionais terão sido alvo acrescido do seu criticismo público;
- c) o crescente recurso dos públicos à imprensa como tribuna de protesto e de denúncia relativamente aos serviços e ao atendimento prestados pelas empresas;
- d) o surgimento de grandes empresas ligadas a negócios emergentes, como as telecomunicações, ou em desenvolvimento, como o da produção e distribuição de energia elétrica, as quais necessitaram de recorrer a práticas de tipo-RP para efeitos de expansão do negócio ou para obter legitimação e prestígio, pois foram especialmente criticadas pela imprensa;
- e) a disponibilidade de fornecedores de serviços especializados, nomeadamente na área dos recortes de imprensa e da publicidade redigida, mas também de agências de publicidade, de ateliers de design e de empresas ligadas à produção audiovisual e à conceção e montagem de stands para feiras e outros eventos;
- f) o desenvolvimento, em paralelo, da publicidade, o qual ocorreu a partir dos anos 1910, com a publicação das primeiras obras teóricas<sup>903</sup>.
- g) o acesso a *know-how* internacional na área das RP. Com efeito, a pesquisa de traços comuns que possam explicar a institucionalização das práticas de tipo-RP nas empresas a operar em Portugal durante o período em análise revela a circunstância de todas se encontrarem expostas à influência internacional, o que poderá ter

---

<sup>903</sup> No processo de introdução em Portugal de uma primeira conceptualização e teorização da publicidade e das RP foram pioneiros, respectivamente, Raúl de Caldevilla e Mário de Azevedo Gomes. O traço de união entre ambos reside no facto de terem visitado os Estados Unidos no início do século XX (Gomes, 1915; Escritório Técnico de Publicidade, 19--), fenómeno ao qual se seguiu a publicação do primeiro artigo técnico português sobre as RP (Gomes, 1915) e também do primeiro livro técnico dedicado à publicidade (Caldevilla, 1914).

permitido a importação de práticas no âmbito das RP<sup>904</sup>. Tal influência deu-se por via de quatro fenómenos: 1) a integração em organizações multinacionais, como sucedeu com a APT, Ford Lusitana, Philips Portuguesa, KLM, Shell Portuguesa, Socony-Vacuum e o Instituto Pasteur de Lisboa, que operavam como filiais portuguesas das empresas fundadoras; 2) a participação de acionistas estrangeiros no capital social, como sucedia na CRGE<sup>905</sup> e na CPRM; 3) a filiação em organismos internacionais, dos quais as empresas portuguesas recebiam diretivas, como sucedeu com os CTT, através da União Postal Universal (UPU)<sup>906</sup>, da União Telegráfica Internacional (UTI) e da União Radiotelegráfica Internacional (URI); 4) a vertente internacional dos dirigentes, fenómeno que enquadra a Companhia de Moçambique<sup>907</sup>. O caso da APT é, aliás, paradigmático, pois ilustra a ligação a uma figura central das RP do Reino Unido – Basil Clarke – e a importação de práticas comunicacionais desenvolvidas por uma entidade em que aquele colaborou.

Quanto à segunda questão, concluímos que as RP terão surgido tanto como resposta/reação a uma ameaça (interior ou exterior), como na sequência de um processo de desenvolvimento organizacional. Assim, tendo como base o caso da APT:

- a) externamente, a Companhia foi ameaçada pela imprensa republicana e popular, e não só – tendo sido alvo de campanhas violentas –, e também pelos próprios clientes e pelo Governo português. Internamente, sofreu com as greves e com os conflitos sociais, incluindo os atentados bombistas e as sabotagens;
- b) as RP foram também utilizadas como elemento central da angariação de novos clientes, o que é visível pelo facto de Armando Ferreira participar ativamente nesse processo e por o departamento que chefiou ter como designação Secção de Contratos e Propaganda, o que evidencia que as práticas de tipo-RP estavam intimamente ligadas à promoção comercial da APT.

---

<sup>904</sup> Das empresas referidas, aquela que surge com menores ligações internacionais a países com tradição nas RP é a CCN, que operava sobretudo na ligação marítima a África.

<sup>905</sup> A CRGE foi constituída em 1891 pela fusão de duas companhias portuguesas. A partir de 1914, teve como acionista e parceiro estratégico a Société Financière de Transports et d'Entreprises Industrielles S.A. (SOFINA) (Matos, Mendes, Faria e Cruz, 2004), uma multinacional belga especializada na consultoria e gestão de empresas de produção e distribuição de gás e de eletricidade. A transferência de práticas comunicacionais da SOFINA para a CRGE é referida por Matos *et al.* (2004).

<sup>906</sup> Sobre a relação dos CTT com a UPU veja-se Matos (1953).

<sup>907</sup> Cf. DGARQ/Companhia de Moçambique, n° de ordem 1222, cx. 774, mç. 808, processo de Herculano Nunes, o responsável pelo Serviço/Direção de Estatística e Propaganda da Companhia de Moçambique viajava regularmente, em serviço, pela Europa e mesmo por África.

Esta questão, carece, no entanto de maior aprofundamento. Tomando, ainda, o caso da APT, torna-se mais evidente como é válida a tese da ameaça como causa para a origem da prática das RP naquela Companhia e, sobretudo, o papel desempenhado pela imprensa. Ilustra-o o Quadro C.1., que estabelece uma correspondência cronológica e causal entre 1) os principais passos no início e na institucionalização das RP na APT, 2) as questões de fundo da Companhia sua relação com o Governo e a AGCT/AGCTT e 3) os principais eventos de contexto político, económico e social e a ação dos *stakeholders*.

**Quadro C.1. – Cronograma da institucionalização das RP na APT face à realidade operacional da Companhia e ao seu contexto envolvente**

Anos	Eventos APT	Eventos do contexto e dos públicos/stakeholders	Eventos de RP na APT
1919	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tentativa de mudança do regime de tarifas;</li> <li>- Pico máximo na frequência de reclamações recebidas pelo serviço prestado aos clientes;</li> <li>- Aumento de 25% no número de trabalhadores da APT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pico máximo na criação de periódicos operários (registado entre 1910 e 1919);</li> <li>- Último pico frequencial na criação de jornais republicanos;</li> <li>- Pico máximo nas notícias negativas sobre a APT;</li> <li>- Início do processo tendente à criação da Associação de Classe dos empregados da APT;</li> <li>- Ameaça de constituição de uma associação de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Admissão de Armando Ferreira como Secretário, que assumiu, entre outras funções, as relações com a imprensa.</li> </ul>
1927	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Início da negociação de novo contrato com Governo português;</li> <li>- Sir Alexander Roger assume a presidência do conselho de administração da APT em Londres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AGCT entra em conflito com a APT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação da Secção de Contratos e Propaganda, chefiada por Armando Ferreira;</li> <li>- Adaptação de anúncios da TDA.</li> </ul>
1928	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Novo contrato com o Estado português.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contestação da imprensa (campanha de <i>A Situação</i>) e do público ao novo contrato e ao regime tarifário que impôs.</li> </ul>	
1935	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Processo de automatização da rede (iniciado em 1930).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projeto de Lei apresentado na Assembleia Nacional para obrigar APT a instalar contadores de chamadas no domicílio dos assinantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicação do manual <i>Relações com o Público</i> (1934).</li> <li>- Nomeação de Armando Ferreira como Secretário Executivo para as Relações com o Público.</li> </ul>
1937	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introdução definitiva do regime de cobrança por chamadas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicação do boletim <i>Telefones</i>.</li> </ul>
1948	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisão das tarifas através de uma negociação conflituosa com os CTT, iniciada em 1945;</li> <li>- Exercício de pressão política para destituir o Correio-Mor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Correio-Mor adota posição hostil para com a APT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicação do manual <i>Relações com o Público</i> (APT, 1948).</li> <li>- Conferência de Mello Portugal nos CTT, transcrita no livro <i>Alguns Aspetos das Relações com o Público</i> (Portugal, 1948).</li> </ul>

Fonte: APT (1919, 1934, 1937, 1948, 1967), Ferreira (1952), Portugal (1948),

No âmbito do quinto objetivo, pretendeu-se determinar a aplicabilidade em Portugal dos modelos de RP de Grunig e Hunt (1984), evidenciando quais os adotados pelas empresas. Focando-nos exclusivamente no caso da APT, concluiu-se, assim, que:

- a) apesar de serem de difícil determinação na prática, os modelos de RP de Grunig e Hunt (1984) parecem descrever bem as práticas de RP da APT, sucedendo-se cronologicamente, tal como definido pelos seus autores, ao longo de quatro décadas (anos 1910 a 1940).

A sequência cronológica dos modelos de RP é, contudo, mais acelerada do que o previsto teoricamente, a que acresce o facto de o modelo Simétrico de Duas-vias ter surgido em Portugal duas décadas antes do período definido por Grunig e Hunt (1984).

Por outro lado, a APT praticou diferentes modelos de forma síncrona, embora um deles tenda sempre a ser predominante;

- b) a APT tendeu a usar diferentes modelos para diferentes públicos, assumindo os modelos Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública uma vertente mais externa, pois foram predominantes nas relações com a imprensa, e o Simétrico de Duas-Vias e o Assimétrico de Duas-vias uma vertente mais interna, tendo este último predominado nas relações com os empregados da Companhia.

O sexto objetivo implica evidenciar que fatores intrínsecos (relativos à APT e aos praticantes de RP) e extrínsecos (contexto) conduziram à prática de um dado modelo de RP ou ditaram a transição entre modelos. Procurámos assim averiguar a existência de uma relação de interdependência entre os modelos de RP praticados, a empresa praticante e o contexto envolvente, nomeadamente as atitudes/comportamentos dos *stakeholders*. Nesse sentido, é possível concluir que:

- a) parece existir uma relação de dependência entre a administração de uma organização, o praticante de RP e o modelo de RP adotado. Com efeito, o ingresso de Armando Ferreira na APT, em 1919, e a entrada em funções de um novo administrador-geral (W. Pope), em 1920, coincide com a ascensão da prática do modelo da Informação Pública, que foi dominante na década de 1920. Relativamente ao primeiro, a opção pelo modelo da Informação Pública poderá ter decorrido do seu *background*, da sua cultura profissional e do seu conhecimento do modelo em causa, pois A. Ferreira era, conforme referido, jornalista, tal como outros seus colaboradores

no período<sup>908</sup>. Quanto ao segundo, trouxe à APT uma nova visão de negócio e uma nova cultura, o que poderá ter levado à adoção de um modelo mais adequado;

- b) parece existir uma relação de interdependência entre a visão que a administração tem das RP, a cultura empresarial e o modelo de RP praticado. Com efeito, a prática dos modelos Agente de Imprensa/Publicista, Informação/Pública e Duas-vias Assimétrico é coerente com a visão assimétrica das RP – na qual Grunig englobou os referidos modelos –, patente numa cultura empresarial (APT) marcada pela autocracia, pelo autoritarismo, pelo primado da disciplina, pela centralização, pelo mecanicismo, pelo mutismo, pelo elitismo, pela orientação para o interior e pelo enfoque na eficiência. A cultura da APT parece ter mudado nos anos 1940, década em que predominou o modelo de Duas-vias Simétrico, o que visível no facto de a Companhia ter acedido, por exemplo, ao levantamento da proibição de casamento das telefonistas;
- c) parece haver uma relação de dependência entre o contexto envolvente e o modelo de RP praticado. De facto, no período conturbado da Primeira República – em que, como vimos, se verificou uma grande instabilidade política, uma inédita contestação social e atividade grevista, e a proliferação de uma imprensa popular e sensacionalista que atacou e perseguiu algumas empresas – a APT praticou o modelo do Agente de Imprensa/Publicista, o menos ético dos quatro modelos propostos por Grunig e Hunt (1984), mas que lhe permitia defender-se da contestação advinda da imprensa, das associações setoriais e dos próprios empregados, e também o modelo da Informação Pública. À medida que a pressão exógena e endógena diminui, sobretudo a partir do Estado Novo, o modelo de RP mudou. Assim, nos anos 1930, marcados politicamente pela introdução da censura prévia, pelo condicionamento da atividade sindical, pela repressão da contestação operária e pelo amplo uso da propaganda, a APT praticou o modelo de Duas-vias Assimétrico, identificando os seus valores e as mensagens de RP com o ideário e a cultura do Estado Novo. O silenciamento da imprensa pode, de resto, ter levado a APT a investir num modelo menos ligado à comunicação social, o qual a Companhia usou, aliás, predominantemente, junto dos seus colaboradores. Nos anos 1940, marcados pela expectativa de democratização que se viveu no pós-guerra e pela fragilidade pontual do Governo português, a APT praticou, sobretudo, o modelo Simétrico de Duas-vias. Nesse período, a APT entrou em conflito com a AGCTT e o Correio-Mor, que tentou destituir através de pressão política, o que poderá ter

---

<sup>908</sup> Referimo-nos a Luís Forjaz Trigueiros e a Luís Ferreira.

motivado a prática de um modelo relacionado com a compreensão mútua e o alcance de consensos e de efeitos equilibrados.

No quadro do sétimo objetivo, pretendeu-se aferir a existência em Portugal de uma progressão evolutiva ao nível da prática ética das RP. Concluiu-se que:

- a) muito embora não tenha sido possível encontrar evidências documentais desse processo, o estudo de caso da APT ilustra como aquela Companhia foi modificando a sua relação com os públicos.

Partindo de uma conceção inicial do tipo ‘o público que se dane e seja enganado’ (anos 1910), A APT adotou, nas décadas seguintes, uma conceção do tipo ‘o público seja informado e acolhido’.

Nesse sentido, pode concluir-se por uma evolução de práticas manipuladoras, abusivas e de recusa ao diálogo, de natureza assimétrica, para práticas integradoras e dialogantes, de natureza simétrica. A progressão dos modelos de RP adotados pela APT ao longo do período em análise reforça esta conclusão, sendo certo que Grunig e Hunt (1984) atribuíram aos seus modelos uma progressão ética.

O oitavo e último objetivo consiste no lançamento das bases para uma primeira periodização da história das RP em Portugal, adotando-se para tal o modelo de estratificação para a história evolutiva das RP (Bentele, 2013). Em face do período a que nos dedicámos no presente estudo, considerámos que se aplicavam as três últimas camadas/fases.

Assim, a terceira – ‘Comunicação organizacional (RP funcionais, ferramentas de RP)’ –, associada ao início da comunicação funcional por parte das organizações, iniciar-se-ia no final do século XIX e estender-se-ia até aos anos 1910, caracterizando-se pela existência de práticas do tipo-RP, mas desenquadradas de departamentos específicos.

A quarta – ‘Relações Públicas (RP como um campo ocupacional e como profissão)’ – estender-se-ia dos anos 1910 até aos anos 1960, o que cumpre os critérios definidos por Bentele (2013), materializados nas práticas de RP como ocupação principal e na emergência dos primeiros departamentos especializados.

A quinta e última – ‘Relações Públicas em desenvolvimento em direção a um sistema social’ –, que prevê a existência das RP como sistema social estruturado, teria raízes nos anos 1960 e 1970, com a fundação da primeira associação profissional de RP, a criação das primeiras agências de RP, o início do ensino superior neste âmbito e a publicação dos primeiros livros originais de autores portugueses.

No quadro desta periodização, o paradigma atual da historiografia portuguesa das RP, que situa as origens das práticas deste género nos anos 1960/1960, passaria a retratar não mais do que a última camada da periodização das RP em Portugal.

## 2. Validação das Hipóteses

Relativamente às cinco hipóteses colocadas, concluímos pela validação cabal das hipóteses #3<sup>909</sup>, #4<sup>910</sup> e #5<sup>911</sup>, e pela validação parcial das hipóteses #1 e #2.

Previa a hipótese #1 que a prática empresarial das RP emergiu em Portugal no período compreendido entre 1910 e 1948. Detetámos, contudo, que já no século XIX terão existido práticas de tipo-RP nas empresas, pelo que a hipótese é parcialmente válida, sobretudo porque foi possível documentar, amplamente, no período em análise, a criação de diversos departamentos de tipo-RP em várias empresas a operar em Portugal.

De acordo com a hipótese #2, o início da prática empresarial das RP teria correspondido a uma necessidade organizacional, pois as empresas precisavam de se defender das mudanças operadas na sequência da implantação da República (fruto de um novo contexto político, social e mediático) e da pressão crítica exercida sobre si pelos diferentes *stakeholders*, o que colocou em risco a sua reputação, o desenvolvimento da atividade comercial e mesmo a sua existência ou, pelo menos, a sua legitimidade enquanto agente económico. Essa assunção revelou-se verdadeira, mas não é possível isolar outros fatores causais. Relevamos, sobretudo, o facto de algumas empresas (APT, CRGE, CTT) terem utilizado as práticas de tipo-RP ao serviço do desenvolvimento comercial dos seus negócios.

## 3. Relação com a historiografia e a teoria das RP

Na introdução do presente estudo, elencámos um conjunto de questões relativas às primeiras manifestações de RP no Portugal do início do século XX, as quais entroncam,

---

<sup>909</sup> Hipótese #3: a pressão crítica exercida sobre as empresas foi especialmente ativa a imprensa, que, com a reposição da liberdade de expressão na sequência da implantação da República, passou, nos anos 1910 e 1920, por um processo de mudança, consolidando as inovações e uma nova orientação editorial iniciadas na segunda metade do século XXI, esta última consubstanciada num maior enfoque no público e, no caso da imprensa republicana, também num radicalismo e num jornalismo de denúncia que visou algumas empresas.

<sup>910</sup> Hipótese #4: os conhecimentos teóricos de base para a prática das RP foram importados do estrangeiro pelas empresas de capitais estrangeiros ou com ligações e ramificações internacionais;

<sup>911</sup> Hipótese #5: os modelos de RP adotados pelas empresas, tal como definidos por Grunig e Hunt (1984), foram influenciados pelo contexto político, social, económico e mediático, tendo a sua prática progredido cronologicamente em função das mudanças registadas nesse âmbito.

diretamente, nas grandes questões da historiografia das RP na Europa. Realizada a pesquisa, estamos agora em condições de providenciar respostas às interrogações que não abordámos ainda neste capítulo conclusivo.

A primeira questão era de âmbito geográfico, indagando se as RP são uma prática originária dos EUA e exportada para a Europa durante e após a Segunda Guerra Mundial ou se, pelo contrário, é possível identificar uma raiz europeia prévia e independente da tradição norte-americana? Nesse sentido, concluímos que:

- a) a emergência, em Portugal, do termo e do conceito das RP está de facto ligada aos EUA, mas ocorreu num período bastante anterior à Segunda Guerra Mundial, situando-se nos anos 1910;
- b) a prática das RP, ou de tipo-RP, é também ela anterior à Segunda Guerra Mundial, remontando, de forma documentada, aos anos 1910. Exercia-se inicialmente (anos 1910-1930) sob os termos 'Propaganda', 'Informação' e 'Imprensa', depois, nos anos 1930, sob o termo 'Relações com o Público', e, a partir dos anos 1950, sob a designação de 'Relações Públicas'. Note-se, contudo, que as diferentes designações foram convivendo ao longo das décadas;
- c) geograficamente, a prática das RP, tomando como exemplo o caso da APT, foi mais influenciada pelo Reino Unido, embora não sejam de descartar influências norte-americanas;
- d) atendendo a que há indícios de práticas de RP empresariais no século XIX, é possível que nesse período tenha existido uma tradição europeia independente da norte-americana, o que carece, contudo, de posterior investigação.

A segunda questão era ampla, interrogando:

*- Que rede causal explica as origens das RP na Europa? Pode validar-se o hegemónico paradigma de gestão de explicação estrutural-funcionalista ou, ao contrário dos EUA, as RP europeias desenvolveram-se inicialmente na esfera governamental e da administração pública? Num prisma de coevolução entre as RP e o jornalismo, qual o papel desempenhado, em concreto, por este último na génese da prática das RP empresariais? Tal como nos Estados Unidos, também na Europa a emergência das RP empresariais foi influenciada por um jornalismo de denúncia das más práticas empresariais? Subsidiariamente, que correntes historiográficas e lógicas de explicação histórica melhor descrevem as origens das RP na Europa?*

Tais interrogações foram já parcialmente respondidas. Retemos, contudo, alguns aspetos não tratados.

- a) quanto ao paradigma de gestão de explicação estrutural-funcionalista, verifica-se que ele se aplica ao universo empresarial português, pois, no caso da APT, as RP vieram responder a necessidades organizacionais. Por outro lado, oblitera-se, assim, o facto de as RP terem, em simultâneo, sido praticadas também na esfera das ONG e das instituições governamentais. Tal reforça a posição de autores como Miller (2000) e Lamme e Russell (2010), que defendem que uma leitura histórica das RP a partir meramente das práticas empresariais é imperfeita, sendo necessário alargá-la a outros setores;
- b) a questão da coevolução entre as RP e o jornalismo, já parcialmente abordada, revela-se válida em Portugal. Essa tese, colocada por Schönhagen e Meißner (2016), vê a emergência das RP como uma resposta a um jornalismo tendencioso e produtor de notícias falsas e parciais, à emergência dos órgãos de comunicação social como mediadores intransponíveis nas relações com o público e à necessidade de legitimação das organizações. Todos esses fatores foram realidade em Portugal, como atesta o estudo de caso da APT. Por outro lado, como notámos, as RP foram inicialmente praticadas por jornalistas, tendo prevalecido, nos anos 1910-1920, os modelos de RP mais intimamente ligados à imprensa (Agente de Imprensa/Publicista e Informação Pública). Note-se, contudo, que, como referem Schönhagen e Meißner (2016), a emergência das RP não pode circunscrever-se às mudanças registadas na imprensa, devendo contemplar as mudanças sociais, políticas e económicas que alteraram “a relação que as empresas e as organizações tinham com o público” (p. 753). Esta constatação aplica-se também a Portugal;
- c) o caso APT evidencia, igualmente que, tal como nos EUA, a emergência das RP empresariais tem uma ligação direta a um jornalismo de denúncia de más práticas empresariais;
- d) quanto às correntes historiográficas e às lógicas de explicação histórica, o processo da prática das RP empresariais em Portugal parece ser mais bem descrito pelas correntes funcionalista, económica e de enfoque político e pelas lógicas de explicação histórica de âmbito funcionalista e institucional. A última delas tem de ter a APT como empresa seminal na definição das futuras práticas e técnicas de RP, nomeadamente pelas palestras e livros sobre RP que foram fruto dos seus responsáveis nesta área.

A sexta questão prende-se com a possibilidade de a prática das RP ocorrer sob regimes totalitários. A presente pesquisa evidencia-o afirmativamente. O facto de no período em

análise terem, no entanto, prevalecido modelos de âmbito assimétrico, revela que as práticas mais éticas e simétricas poderão ter dificuldade em impor-se. Note-se, aliás, que o modelo Assimétrico de Duas-vias, intimamente ligado à persuasão e à manipulação dos públicos, foi prevalente nos anos 1930, precisamente a década que corresponde ao início do Estado Novo. Tal modelo é, como vimos, menos ético do que o Simétrico, eleito pelos autores dos modelos (Grunig e Hunt, 1984) como devendo ser o ideal a atingir na prática das RP.

A sétima e última questão coloca a possibilidade de as RP se terem desenvolvido a partir da Propaganda, o que é um facto em Portugal, tanto mais que a prática de RP da APT incluiu vários componentes que, como vimos, Morris e Goldsworthy (2008) atribuíram à ação mais alargada da Propaganda. Tal foi visível na criação de um hino da Companhia, na preocupação, a partir dos anos 1930, em educar o público, na ênfase colocada pela APT nas fardas, nos fardamentos e também na disciplina e na doutrinação dos seus funcionários.

#### 4. Tese da Tese

Em síntese final, a tese que a presente pesquisa defende pode ser resumida através da seguinte afirmação:

*Ainda que praticadas sob outra designação até aos anos 1930, as RP empresariais emergiram em Portugal muito antes do definido pelo paradigma histórico dominante, o que posiciona o País como um dos pioneiros neste âmbito a nível europeu, sendo preciso situá-las, como prática, no período da Primeira República, da Ditadura Militar e nos primeiros anos do Estado Novo, e, como conceito teorizado, nos primeiros 15 anos de existência do Estado Novo. O termo, em si, remonta a 1915, tendo sido importado dos EUA, enquanto a prática foi, inicialmente, influenciada, sobretudo, pelo Reino Unido e por outros países europeus.*

*A emergência da prática das RP ficou a dever-se a um conjunto de fenómenos políticos, económicos, sociais e comunicacionais, sendo muito relevante a pressão crítica que os stakeholders, particularmente a imprensa, exerceu sobre as empresas, o que aponta para um fenómeno de coevolução entre as RP e o jornalismo. Como fator facilitador do processo, assumiu importância a ligação internacional das empresas envolvidas, tendo sido determinante a APT, que não só foi pioneira no início das práticas de RP em Portugal, como teve um papel de charneira na transição da propaganda e das práticas de tipo-RP para as RP modernas, o que ficou patente no conhecimento teórico que evidenciou e divulgou, a título excepcional, nos anos 1930 e 1940.*

*Os modelos de RP de Grunig e Hunt (1984) adequam-se à realidade nacional. A sua prática foi influenciada pelo contexto envolvente, pela liderança empresarial e, pelo menos numa fase inicial, pelo background profissional do praticante de RP e pela sua capacidade para praticar os modelos.*

*O paradigma de gestão que tem predominado na historiografia das RP revela-se insuficiente para explicar a coevolução entre as RP empresariais e as não empresariais, fenómeno registado durante o período em análise.*

## **5. Contributo para posteriores pesquisas**

A presente pesquisa forneceu um conjunto de hipóteses passíveis de confirmação por novos projetos de investigação a desenvolver posteriormente, os quais envolvam, nomeadamente, novos estudos de caso.

Nesse sentido, e de acordo com os dados que recolhemos e com as conclusões ora apresentadas, é expectável que as demais empresas que, tal como a APT, tenham sido pioneiras nas práticas de RP no Portugal da primeira metade do século XX, apresentem as seguintes condições ou características:

- a) organização ameaçada pelos *stakeholders*, muito particularmente pela imprensa;
- b) organização prestadora de um serviço público essencial ou a operar em regime de monopólio;
- c) organização estrangeira ou com uma ligação íntima a empresas, organizações e instituições estrangeiras.

Enquadram-se neste modelo a Companhia de Carris de Ferro de Lisboa – que tinha, como notámos, afinidades com a APT, muito particularmente ao nível dos seus dirigentes – e as Companhias Reunidas de Gás e Eletricidade (CRGE).

Importa estudar o papel que ambas as organizações desempenharam nos primórdios das RP em Portugal, comparando a realidade dos setores de atividade em que se inscrevem com o das comunicações e telecomunicações. Tal permitirá um conhecimento mais amplo e representativo da história das RP no País.

## FONTES

Arquivo CRGE – Centro de Documentação da Fundação EDP

Arquivo Histórico da Companhia Portuguesa Rádio Marconi – Fundação Portuguesa das Comunicações

Arquivo Histórico da Fundação Portuguesa das Comunicações (AHFPC) / Espólio APT.

Arquivo Histórico do Ministério dos Negócios Estrangeiros (AHMNE).

Arquivo Histórico Parlamentar (AHP).

## BIBLIOGRAFIA

I - Sesimbra (1937, outubro), *Telefones*, (10), p. 10.

II – Sintra (1937, dezembro), *Telefones*, (12), p. 6.

III – Estoril (1938, janeiro), *Telefones*, (13), p. 7.

IV – Douro (1938, janeiro), *Telefones*, (13), p. 7.

V – Benfica (1938, março), *Telefones*, (15), pp. 5-6.

VI – Belém (1938, julho), *Telefones*, (19), p. 4.

VII – Poço do Bispo (1938, outubro), *Telefones*, (22), pp. 11-12.

VIII – Lumiar (1938, dezembro), *Telefones*, (24), p. 7.

8 filmes educativos da Shell Film Unit cedidos pela nossa Companhia ao Ministério da Educação Nacional (1940, janeiro), *Shell News*, (175), p. 13.

AA.VV. (1947), *Quem é alguém: dicionário biográfico das personalidades em destaque do nosso tempo*, Lisboa, Portugália.

A 2.<sup>a</sup> conferência no Sindicato dos Telefonistas de Lisboa (1938, janeiro), *Telefones*, (13), p. 10.

A actividade da Caixa de Pensões e Reformas da A.P.T. (1937, fevereiro), *Telefones*, (2), p. 15.

A beleza dos serviços telefónicos (1922, fevereiro, 4), *A Imprensa da Manhã*, (207), p. 1.

A burla dos telefones (1915a, julho, 11), *A Lucta*, (3434), p. 2.

A burla dos telefones (1915b, julho, 12), *A Lucta*, (3435), p. 2.

A carreira jornalística de Homem Christo Filho - I (1926, setembro, 3), *A Informação*, (49), p. 1.

A chegada da Comissão Telegráfica dos CTT à capital inglesa (1946, novembro), *Guia Oficial dos CTT*, (64), p. III.

A Companhia dos Telefones (1914, fevereiro 21), *O Século*, (11565), p. 2.

A Companhia dos Telefones (1922, fevereiro, 3), *A Imprensa da Manhã*, (206), p. 1.

A Companhia dos Telefones (1924, junho, 22), *O Libertador*, (18), p. 1.

A Companhia dos Telefones abusa da indiferença do público. Para que a cidade não continue a ser prejudicada com os serviços péssimos do potentado «The Anglo», deve o sr. ministro do Comércio chamar á ordem a transviada Sociedade inglesa (1922, fevereiro, 10), *A Imprensa da Manhã*, (212), p. 2.

A Companhia dos Telefones e o seu pessoal (1924, junho, 6), *O Século*, (15187), n.d. [falta na BNP]

A Companhia dos Telefones procura apenas enriquecer os seus directores à custa das exorbitantes taxas que arranca em Portugal (1932, abril, 18), *Diário da Noite*, (67), pp. 4-5.

A Companhia dos Telefones. Pugnando por um rigoroso inquérito e por tarifas mais baratas (1932, maio, 10), *Diário da Noite*, (86), pp. 4-5.

- A Companhia dos Telefones vai entrar numa fase de desenvolvimento (1920, julho 1), *A Capital*, (3562), p. 2.
- A Companhia dos Telefones vai finalmente entrar numa fase de progresso? Sim - responde-nos a Direcção. Assim o creio - disse-nos um subscritor (1922, abril 11), *A Capital*, (4050), p. 1.
- A Companhia dos Telefones. Vão acompanhar os progressos da cidade? (1922, abril, 15), *O Radical*, (506), p. 1.
- A Companhia dos Telefones vem desenvolvendo uma acção progressiva, em tudo digna dos aplausos da cidade. O que é a sua nova e importante estação da Trindade (1925, junho, 2), *A Voz Pública*, (151), p. 1.
- A Companhia dos Telefones vem dia a dia melhorando as benéficas condições em que serve o público (1926, abril, 7), *A Voz Pública*, (347), p. 1.
- A Companhia dos Telephones (1917, março, 14), *Os Ridículos*, (1179), p. 2.
- A direcção da Companhia (1919, março, 13), *O Século*, (13379), p. 1.
- A direcção ocupou-se... (1919, setembro, 19), *Diário de Notícias*, (19236), p. 3.
- A evolução das cabines públicas (1937, março), *Telefones*, (3), p. 7.
- A evolução do reclame (1918, janeiro 4), *A Capital*, (2646), p. 1.
- A.F. (1928, novembro 16), "De 1881 a 1928. Como falavam ao telephone os nossos pais e como virão a falar os nossos filhos...", *Ilustração*, (70), p. 19.
- A família telefónica portuense (1937, janeiro), *Telefones*, (1), p. 11.
- A greve do pessoal dos telefones (1918, janeiro, 17), *Diário de Notícias*, (18741), p. 2.
- A greve do pessoal dos telefones. Continua no mesmo pé, oferecendo-se o sr. governador civil como mediano (1924, novembro, 12), *O Século*, (15355), p. 2.
- A greve dos telefones (1920a, janeiro, 22), *O Século*, (13673), p. 3.
- A greve dos telefones (1920b, fevereiro, 7), *Diário de Notícias*, (19462), p. 2.
- A greve dos telefones (1920c, março 21), *A Capital*, (3497), p. 2.
- A greve dos telefones. A direcção da Companhia resolveu conceder os aumentos pedidos até ao fim do mez (1918, janeiro, 17), *O Século* (12967), p. 2.
- A greve dos telefones. Continua sem solução (1918, janeiro, 19), *O Século*, (12969), p. 2.
- A greve dos telefones. O atentado contra a residência do director da companhia (1920, fevereiro 18), *A Capital*, (3465), p. 1.
- A greve dos telefones. Um novo atentado bombista (1920, fevereiro 19), *A Capital*, (3466), p. 1.
- À honestíssima The Anglo Portuguese Telephone, C.<sup>a</sup> Ld. (1925, março, 1), *O Libertador*, (54), p. 3.
- À honestíssima Companhia The Anglo Portuguesa Telefone, Lda. (1925, março, 8), *O Libertador*, (55), p. 2.
- A imprensa visitou a instalação de Setúbal (1951, maio-julho), *Revista Shell*, (283), p. 11.
- A inauguração das carreiras aéreas entre a Holanda e Portugal (1940, abril 3), *Diário de Lisboa*, (6236), p. 3.
- À inofensiva Companhia dos Telefones (1924, março, 9), *O Libertador*, (4), p. 3.
- A 'lindeza' dos telefones (1922, fevereiro, 7), *A Imprensa da Manhã*, (209), p. 4.
- A melhoria do nosso câmbio... (1924, novembro 26), *Diário de Lisboa*, (1118), p. 1.
- A missão da imprensa (1917, fevereiro, 2), *O Século*, (12597), p. 1.
- A mortandade dos inocentes (1928, janeiro, 26), *Sempre Fixe*, (88), p. 2.
- A morte de Mr. Frederick William Kerr (1938, setembro), *Telefones*, (21), p. 6.

- A morte de Maurício de Oliveira (1972, agosto 15), *Diário de Lisboa*, (17833), p. 20.
- A nossa semana dos telefones (1932a, maio, 13), *Diário da Noite*, (89), p. 8.
- A nossa semana dos telefones (1932b, maio, 14), *Diário da Noite*, (90), p. 1.
- A nova estação telefónica da Trindade (1925, junho 28), *O Domingo Ilustrado*, (24), p. 10.
- A nova estação telefónica da Trindade. Foi ontem solenemente inaugurada na presença de numerosos convidados (1925, maio, 31), *O Século*, (15533), p. 3.
- A onipotente Companhia dos Telefones. Um subscritor que a chama aos tribunais – A “onipotente” é condenada por perdas e danos numa indemnização de 1.500\$00 – Novas reclamações (1922, fevereiro, 6), *A Imprensa da Manhã*, (208), p. 2.
- A onda sobe! Os serviços da Companhia dos Telefones (1922, fevereiro, 8), *A Imprensa da Manhã*, (212), p. 2.
- A pândega dos telefones (1919, janeiro, 6), *Diário Nacional*, (790), p. 1.
- A Philips Portuguesa reuniu em congresso os seus agentes e revendedores de todo o país (1948, novembro 27), *Rádio Nacional*, (592), p. 2.
- A propaganda dos CTT. Poderoso factor de aglutinação do Império (1946, abril), *Guia Oficial dos CTT*, (57), pp. IV-VI.
- A publicidade dos serviços postais e de telecomunicações (1945, novembro), *Guia Oficial dos CTT*, (52), pp. XII-XVII.
- A questão dos telefones (1928a, janeiro, 24), *O Século*, (16480), p. 2.
- A questão dos telefones (1928b, janeiro, 26), *A Situação*, (284), p. 6.
- A questão Sotto Mayor. Os criminosos, Cândido Sotto Mayor. Os seus primeiros crimes (1921, maio, 14), *O Tempo*, (477), p. 1.
- A récita do Pessoal da Companhia dos Telefones no Politeama (1938, fevereiro), *Telefones*, (14), pp. 8-9.
- “A Redactorial”, (1917, março, 17), *O Primeiro de Janeiro*, (64), p. 1.
- A rede telefónica inter-urbana (1927, abril, 27), *O Século*, (16213), p. 6.
- A reorganização telefónica só interessava o público! Mas o novo governo resolveu anulá-la. Passou «O Século» a ser o inspirador dos governos da República? (1924, novembro, 28), *O Radical*, (1196), p. 1.
- A reportagem sobre as grandes indústrias do Norte. As minas de S. Pedro da Cova (1917, maio, 9), *A Capital*, (2418), p. 3.
- A saída de Botelho Moniz (1928, janeiro, 26), *A Situação*, (284), p. 6.
- A S.I.R. (1942, outubro), *Guia Oficial dos CTT*, (15), pp. V-VII.
- A solução da greve dos telefones (1920, março 22), *A Capital*, (3498), p. 1.
- A subscrição para as telefonistas (1927, fevereiro, 16), *O Século*, (16144), p. 4.
- A telefonista. A pessoa mais importante do PPC (1955, outubro), *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (54), pp. 16-17.
- A telefonite... aguda (1922, julho, 10), *O Mundo*, (7431), p. 2.
- A The Eastern Telegraph Company... (1927, abril, 25), *Diário de Lisboa*, (1852), p. 1.
- A tuberculose entre as telefonistas. Alvitres com os quais lucrariam não só a saúde das empregadas como o serviço público (1922, março, 25), *O Século* [ed. da noite] (2551), p. 1.

- A tuberculose entre as telefonistas. Por intermédio do “Século” a Companhia dos Telefones convida o público a visitar, sempre que queira, as suas estações (1922, abril, 9), *O Século* [ed. da noite] (2566), p. 1.
- A visita dos jornalistas portugueses a Inglaterra (1939, agosto 12), *O Século Ilustrado*, (84), p. 12.
- À volta dum decreto. Deve-se criar uma nova lei de responsabilidade ministerial (1924, novembro 29), *Diário de Lisboa*, (1121), p. 4.
- As actividades de «Public Relations» em 1952 (1953, jan.-fev.), *Revista Shell*, (293), pp. 8-9.
- As águas (1928, janeiro, 15), *O Século*, (16471), p. 1.
- As conferências culturais do Sindicato N. dos Telefones de Lisboa (1937, novembro), *Telefones*, (11), p. 12.
- As grandes indústrias nacionais. A fábrica de conservas de Matosinhos (1916, abril, 25), *A Capital*, (2044), p. 2.
- As grandes iniciativas nacionais. O tabaco em Portugal. Uma visita às fábricas da Companhia arrendatária (1916, maio, 7), *A Capital*, (2056), pp. 3-4.
- As grandes iniciativas. Inquéritos à vida Comercial e Industrial. Oporto Oil Company. Uma importante companhia portuguesa em organização (1920, junho, 12), *Jornal da Europa*, (4), p. 2.
- As grandes iniciativas. Fábrica cerâmica e de fundição das Devezas (1920, junho, 29), *Jornal da Europa*, (5), p. 3.
- As grandes iniciativas. A Tipo-Litografia Lusitana de Vila Nova de Gaia – Porto (1920, setembro, 28), *Jornal da Europa*, (12), p. 3.
- As grandes iniciativas. O desenvolvimento da Livraria Avelar Machado após 13 anos duma labuta permanente (1920, dezembro, 25), *Jornal da Europa*, (19), p. 4.
- As greves (1919, novembro, 8), *O Século*, (13602), p. 4.
- As meninas dos telefones (1918, agosto, 8), *O Século*, (13169), p. 2.
- As meninas dos telefones (1920, julho, 26), *República*, (3120), p. 1.
- As novas instalações telephonicas. A inauguração oficial (1904, junho, 26), *O Século*, (8076), p. 5.
- As novas tarifas dos telefones. O que, a tal respeito, nos disse o director da Companhia, sr. William Pope (1928, janeiro, 15), *Diário de Notícias*, (22258), p. 4.
- Às 11 horas e 20 da manhã... (1926, junho, 17), *A Época*, (2459), p. 1.
- As relações com o público (1952, abril), *Boletim da CP*, (274), p. 12.
- As sugestões de «A Capital» à Companhia dos Telefones (1921, novembro 9), *A Capital*, (3923), p. 1.
- As tarifas telefónicas (1924, dezembro, 6), *O Século*, (15378), p. 2.
- As taxas telefónicas (1921, março, 9), *O Século*, (14035), p. 2.
- As telefonistas do Porto são mal pagas, vexadas e têm um trabalho extenuante numa repartição sem condições higiénicas (1913, setembro 28), *A Capital*, (1137), p. 1.
- Às telefonistas do Porto exige-se um serviço que não pode ser bem feito e redundante em prejuízo do Estado e dos assinantes (1913, setembro 29), *A Capital*, (1138), p. 1.
- Abreu, Carlos de (1921a, abril, 14), “O libelo acusatório. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto-Mayor”, *O Tempo*, (452), pp. 1-2.
- Abreu, Carlos de (1921b, abril, 14), “O ajuste de contas. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto-Mayor. V. Quem é Carlos de Abreu? Vae o paiz sabe-lo!”, *O Tempo*, (461), p. 2.
- Abusos da Companhia dos Telefones (1916, agosto, 21), *O Mundo*, (5789), p. 2.

- Acção social da A.P.T. Uma campanha anti-tuberculose. A comissão de assistência da A.P.T. (1938, dezembro), *Telefones*, (24), pp. 4.
- Acontecimentos vários (1942, julho 4), *O Século Ilustrado*, (235), p. 12.
- Administração de “A Situação” (1928, janeiro, 26), *A Situação*, (284), p. 6.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1937), *Boletim Oficial*, (97)
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1940), *Concessão da Companhia dos Telefones. «The Anglo-Portuguese Telephone Company, Limited»*. Decretos, contratos, aditamentos, etc., Lisboa, Publicidade e Propaganda dos CTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1944), *Palestras Profissionais I*, Lisboa, Publicidade e Propaganda dos CTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1945), *Os CTT e o público*, Lisboa, Publicidade e Propaganda dos CTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1948), *Anuário dos CTT: 1947*, Lisboa, AGCTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1949), *Os C.T.T. e o Público: Informações. Reclamações*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1950), *Anuário dos CTT: 1949*, Lisboa, AGCTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1952), *O “Guia Oficial dos CTT”: Breves Notas*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1955), *A preparação profissional dos funcionários e o centro de desporto, cultura e recreio do pessoal dos CTT*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1966), *CEPT Relações Públicas: Primeira reunião da comissão de contracto das relações públicas dos correios e telecomunicações*, Lisboa, Serviços de Edições e Propaganda.
- Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (1967), *CEPT - Relações Públicas: da proposta da Administração Francesa (Paris, 1960) à concretização da Comissão de Contacto (Munique 1963)*, Lisboa, AGCTT.
- Administration Générale des Postes, Télégraphes et Téléphones (1955a), *Relations avec le public*, Lisbonne, Services Culturels des PTT.
- Administration Générale des Postes, Télégraphes et Téléphones (1955b), *Réalisations de Propagande PTT au Portugal: Prospectus Pavillons, Vitrines*, Lisbonne, Services Culturels.
- Ainda a propósito de Propaganda e Publicidade (1950, novembro), *Guia Oficial dos CTT*, (112), p. XIII.
- Ainda o telephone (1917, fevereiro, 4), *Diário Nacional*, (137), p. 1.
- Almeida, Francisco de (1937, outubro), *Telefones*, (10), pp. 10 e 14.
- Almeida, Vanessa de (2009), *Um Discurso Escondido. Alfredo da Silva e as Greves na CUF durante a Primeira República 1910-1919*, Lisboa, Bizâncio.
- Alô?! – ‘Stá lá? Falo, ninguém me responde ou de como a “rêde” está uma perfeita rêde... de enganos (1919, agosto, 21), *O Jornal*, (21), p. 1.
- Anselmo, A. (1923, outubro, 23), “Comparando... As comunicações telefónicas em Portugal e Hespanha, *Correio da Manhã*, (888), p. 1.

- Anthony, Scott (2013), *Public relations and the making of modern Britain. Stephen Tallents and the birth of a progressive media profession*, Manchester, Manchester University Press.
- António Marques da Silva (1937, janeiro), *Telefones*, (1), pp. 12-13.
- António Montez (1963, novembro), *Boletim da CP*, (413), pp. 5-6.
- Arceo Vacas, José Luis (1999), *Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas*, Madrid, ICIE.
- Arceo Vacas, José Luis (2006), “La investigación de Relaciones Públicas en España”, *Análisi*, (34), pp. 111-124.
- Armando Ferreira (1920, setembro, 11), *A Capital*, (3633), p. 1.
- Armando Ferreira escritor e crítico teatral faleceu ontem (1968, dezembro, 4), *O Século*, (n.d.), p. 2.
- Assistência aos tuberculosos da A.P.T. (1938, dezembro), *Telefones*, (24), pp. 7 e 14.
- Associação Comercial de Lisboa (1937), *O novo regime de tarifas dos serviços telefónicos, Exposição da Direcção da Associação Comercial de Lisboa ao administrador geral da «The Anglo Portuguese Telephone Company Limited» em 1 de Junho de 1937*, Lisboa, Casa Holandesa.
- Associação Comercial de Lisboa (1924, novembro, 26), *O Século*, (15369), p. 1.
- Associação Industrial Portuguesa (1918, janeiro, 24), *Diário de Notícias*, (18748), p. 2.
- Assunto palpitante. As novas tarifas telefónicas vêm favorecer, sobretudo, os particulares e o pequeno comércio, para quem o telefone não era mais do que uma aspiração (1928, janeiro, 17), *O Século*, (16473), p. 4.
- Através dos tempos. O sr. Francisco Frick, Director da Companhia fala-nos da vida da A.P.T. (1937, setembro), *Telefones*, (9), pp. 10-11.
- Azevedo, Cátia (2013), *A Consultoria de Relações Públicas em Portugal: Cenários e Tendências*, Dissertação de Mestrado em Comunicação Social – Vertente Comunicação Estratégica, Lisboa, ISCSP.
- Baptista, Tiago Ribeiro Ramos (1998), *Sobre alguns cartazes da ETP de Raúl de Caldevilla (1916-1923)*, Lisboa, Ed. do autor [texto policopiado depositado na BNP].
- Bardin, Laurence (2009), *Análise de Conteúdo* (4.ª ed.), Lisboa, Edições 70.
- Barquero Cabrero, José Daniel (1999), *Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales* (2ª ed. ampliada), Barcelona, Ediciones Gestión 2000.
- Barros, Júlia Leitão de (2014), *Jornalismo Político Republicano Radical. O Mundo (1900-1907)* [Tomo I], Tese de Doutoramento em História Contemporânea Institucional e Política de Portugal, Lisboa, UNL/FCSH.
- Bártolo, José e Jorge Silva (2012), *Fred Kradolfer: design de comunicação e expositivo*, Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Bates, Don (2006), “‘Mini-Me’ History. Public Relations from the Dawn of Civilization”. Disponível em <http://www.instituteforpr.org/pr-history/>
- Bentele, Günter (1997), “PR-Historiographie und funktional-integrative Schichtung. Ein neuer Ansatz zur PR-Geschichtsschreibung” [Historiografia das RP e estratificação funcional-integrativa], em P. Szyszka (Ed.), *Auf der Suche nach einer Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein* [À Procura da Identidade. A História das RP como Bloco de Construção para a Teoria das RP], Berlin, Vistas.
- Bentele, Günter (2010), “PR-Historiography, a Functional-Integrative Strata Model and Periods of German PR History”, comunicação apresentada na I International History of Public Relations Conference, Bournemouth University, 8 e 9 de julho de 2010, Bournemouth, UK.

- Bentele, Günter (2013), "Public Relations Historiography: Perspectives of a Functional-Integrative Stratification Model", em K. Sriramesh, A. Zerfass e Jeong-Nam Kim (Eds.), *Public Relations and Communication Management: Current Trends and Emerging Topics*, New York, Routledge.
- Bentele, Günter (2015), "Germany", em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Bentele, Günter e Grazyna-Maria Peter (1996), "Public Relations in the German Democratic Republic and the New Federal German States", em Hugh M. Culbertson e Ni Chen (Eds.), *International Public Relations: a Comparative Analysis*, New Jersey, Lawrence Erlbaum.
- Bentele, Günter e Ivonne Junghänel (2004), "Germany", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Bentele, Günter e Stefan Wehmeier (2009), "From literary bureaus to a modern profession: The development and current structure of Public Relations in Germany", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Berchtold, W. (1933, junho), "Os resultados felizes da delicadeza", *Boletim da CP*, (48), pp. 101-105.
- Bernardino Corrêa (1947, junho 30), *Revista de Marinha*, (291), p. 31.
- Bernays, Edward L. (1923), *Crystallizing Public Opinion*, New York, Boni and Liveright.
- Bernays, Edward L. (1928), *Propaganda*, New York, Horace Liveright.
- Bernays, Edward L. (1952), *Public Relations*, Norman, Oklahoma, University of Oklahoma Press.
- Bernays, Edward L. (1956), "American Public Relations. A Short History", *Gazette. International Journal of the Science of the Press*, II (s.n.), pp. 69-77.
- Bertalanffy, Ludwig von (1968), *General Systems Theory. Foundations, Developments, Applications*, New York, George Braziller.
- Bıçakçı, A. Banu e Pelin Hürmeriç (2013), "Milestones in Turkish public relations history", *Public Relations Review*, 39, (2), pp. 91-100.
- Binder, E. (1983), *Die Entstehung Unternehmerischer Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland* [O surgimento das Relações Públicas Empresariais na República Federal da Alemanha], Münster, Lit Verlag Hopf.
- Bini, Elisabetta, Ferdinando Fasce e Toni Muzi Falconi (2011), "The origins and early developments of public relations in post-war Italy, 1945-1960", *Journal of Communication Management*, 15, (3), pp. 210-222.
- Black, Sam (1962), *Practical Public Relations*, London, Pitman.
- Black, Sam (1966), *Relações públicas: teoria e prática*, Lisboa, Portugália Editora.
- Boaventura, Mateus (1964), *Cinquentenário Shell Portuguesa: 1914-1964*, Lisboa, Shell Portuguesa.
- Bol, Jean-Marie Van (1978), *Historische Bakens van de Public Relations in België* [Marcos Históricos das Relações Públicas na Bélgica] (2.<sup>a</sup> ed.), Brussels, INBEL/BPRC.
- Bonello, Carmel (2004), "Malta", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Botan, C. H. e V. Hazleton (1989), *Public Relations Theory*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Bowen, S. (2005), "Symmetry", em R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of Public Relations* (Vol. 2), pp. 837-839), Thousand Oaks, CA, SAGE.

- Brauer, Gernot (1993), *ECON Handbuch der Öffentlichkeitsarbeit* [Livro ECON das Relações Públicas], Düsseldorf, Wien, New York und Moskau, Econ Verlag.
- Brown, R. E. (2006), "Myth of Symmetry: Public Relations as Cultural Styles", *Public Relations Review*, 32, (3), pp. 206-212.
- Brown, Robert E. (2010), "Symmetry and its critics. Antecedents, prospects, and implications for Symmetry in a Postsymmetry Era", em R. L. Heath (Ed.), *The Sage Handbook of Public Relations*, (2<sup>nd</sup> edition), Thousand Oaks, CA, SAGE.
- Brun, A. (1924, dezembro, 14), "A propósito de telefones", *Diário de Notícias*, (21159), p. 6.
- C., M. da (1927, julho, 20), "Interesses regionais. Os telefones. A propósito da inauguração da nova estação telefónica do Porto – A «The Anglo-Portuguese Telephone Company, Limited» – Do seu início ao seu futuro", *Diário de Notícias*, (22083), p. 5.
- Cabral, António (1949), *As Minhas Memórias de Jornalista: Casos da política, lutas da imprensa, cartas inéditas*, Lisboa, Edições Gama.
- Cabral, José Augusto Costa (1950), *Objectivos das Palestras Profissionais*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Caldevilla, Raúl de (1914), *A Publicidade. Estudos Comerciais, Conferências*, Porto, Companhia Portuguesa Editora.
- Campanha Patriótica. O silêncio da C.<sup>a</sup> dos Telefones ante as nossas afirmações (1932, maio, 31), *Diário da Noite*, (104), p. 4.
- Canfield, Bertrand R. (1988), *Relações Públicas: Princípios, Casos e Problemas* (2 vols.), (3.<sup>a</sup> ed.), São Paulo, Pioneira.
- Carayol, Valérie (2004), "France", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Cardal, Nuno e Rita Fragoso de Almeida (1994), *Grupo McCann Portugal: 65 anos de Publicidade*, Lisboa, Texto.
- Cardoso, F. Seara (1954), *O Comércio do Porto: resumo da sua História. 100 anos: 1854-1954*, Porto, Of. Gráf. O Comércio do Porto.
- Cardoso, Leonardo (1938, maio), "Um refeitório", *Telefones*, (11), p. 11.
- Carey, A. (1997), *Taking the Risk out of Democracy: Corporate Propaganda versus Freedom and Liberty*, Illinois, University of Illinois Press.
- Carneiro, Eduardo Guerra (1973, fevereiro, 16), "O seu nome vem no jornal? – Recortes de imprensa: como e para quê?", *O Século*, (32625), p. 9.
- Carter, Richard F. (1973). "Communication as Behavior", paper presented to the Association for Education in Journalism, Fort Collins, Colo.
- Carqueja, Bento (1923), *Sol da Meia Noite*, Porto, Of. de "O Comércio do Porto".
- Carta do Porto. Na Companhia dos Telefones. Torpezas de um engenheiro inglês... em país conquistado (1925, julho, 22), *A Batalha*, (2036), p. 4.
- Carty, Francis Xavier (2004), "Ireland", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Cavalho, Alberto Arons de (1973), *A censura e as leis de Imprensa*, Lisboa, Seara Nova.
- Casos da rua. Os telefones (1925, julho 21), *O Primeiro de Janeiro*, (169), p. 1.

- Casos telefónicos (1922, julho, 24), *O Mundo*, (7442), p. 1.
- Castilho, Artur (1930), *O Orçamento do Ministério da Agricultura para 1926-1927*, Porto, Imprensa Moderna.
- Chartered Institute of Public Relations (s.a.). Disponível em: <https://www.cipr.co.uk/>
- Chaudet, Bruno, Valérie Carayol e Alex Frame (2015), "France", em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Chegou ontem a Lisboa (1919, maio, 15), *O Século*, (13441), p. 1.
- Chuva de reclamações (1919, junho, 4), *Jornal do Comércio*, (19906), p. 1.
- Cialdini, R. B. (1993), *Influence: Science and practice* (3<sup>rd</sup>. ed.), New York, NJ, Harper Collins.
- Classes que reclamam (1924, outubro, 21), *O Século*, (15333), p. 3.
- Cogswell, John W. (1959, fevereiro), "Os empregados das Companhias Telefónicas e as Relações com o Público", *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (94), pp. 8-9.
- Coisas leves e breves (1927, janeiro 27), *Diário de Lisboa*, (1880), p. 1.
- Colaboração do Pessoal (1938, agosto), *Telefones*, (20), p. 3.
- Colónia balnear infantil (1928, maio, 10), *O Século*, (16584), p. 1.
- Como a A.P.T. coopera com todas as manifestações de interesse público (1937, maio), *Telefones*, (5), p. 4.
- Como e onde trabalha o nosso pessoal (1948, setembro-outubro), *Shell News*, (267), p. 21.
- Como se deve falar ao telefone (1923, abril, 15), *Diário de Notícias*, (20561), p. 4.
- Como trabalha a Secção de Instrução (1937, maio), *Telefones*, (5), pp. 4-5.
- Como trabalha a Secção de Cabos (1937, junho), *Telefones*, (6), pp. 8-9.
- Como trabalha a Secção de Linhas do Porto (1937, dezembro), *Telefones*, (12), p. 10.
- Companhia Colonial de Navegação (1947), *Vinte e cinco anos ao serviço da Nação: fundação, vida e tarefa da Companhia Colonial de Navegação*, Lisboa, Companhia Colonial de Navegação.
- Companhia das Águas de Lisboa (1917), *Exposição aos senhores accionista dos factos relativos à greve do pessoal da Companhia em Agosto de 1917*, Lisboa, Imprensa Nacional.
- Companhia dos Telefones (1936), *Aditamento aos termos do contrato de 1928 entre o Governo Português e The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd.*, Lisboa, Editora Gráfica Portuguesa.
- Companhia dos Telefones. A nova estação da Trindade, ante-ontem inaugurada, representa um melhoramento importante para a cidade de Lisboa. Uma visita rápida às suas magníficas instalações (1925, junho, 1), *A Voz Pública*, (150), p. 1.
- Companhia dos telefones. A perdulária e ruinosa administração deste potentado monopolista (1932, abril, 27), *Diário da Noite*, (75), p. 1.
- Companhia dos Telefones. Foi aprovado o parecer da comissão de técnicos que não permite o aumento de tarifas (1932, maio, 7), *Diário da Noite*, (84), p. 4.
- Companhia dos Telefones. Prosseguindo na autópsia aos actos ruinosos e perdulários da sua administração (1932, maio, 2), *Diário da Noite*, (79), p. 1.
- Companhia dos telefones. Uma causa perdida (1923, novembro, 15), *Correio da Manhã*, (911), p. 2.
- Companhia Rádio Marconi (1939, novembro, 26), *Diário de Lisboa*, (6112), p. 3.
- Concessão telephonica (1928, janeiro, 12), *O Comércio do Porto*, (10), p. 2.
- Conferência de «Public Relations» em Londres (1952, jan./fev.), *Revista Shell*, (287), p. 10.

- Confraria, João (2004), “Serviço telefónico: Das tarifas planas aos preços por chamada (1882-1924)”, *Códice*, (1), pp. 58-73.
- Confraria, João (2006), “Salazar e o serviço telefónico: a revisão de preços de 1950”, *Códice*, (3), pp. 32-47.
- Confraria, João (2011), *O Interesse Público na Política de Comunicações. 1910-2010*, Lisboa, Fundação Portuguesa das Comunicações.
- Congresso internacional em Hilversum de chefes de Publicidade (1948, junho 27), *Rádio Nacional*, (570), p. 23.
- Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas (1926), *Teses abolicionistas enviadas pelo Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas ao primeiro Congresso Nacional Abolicionista*, Lisboa, s.n.
- Continuamos sem telephone (1916, dezembro, 20), *A Opinião*, (262), p. 1.
- Contra as tarifas dos telefones (1921, março, 4), *Diário de Notícias*, (19802), p. 2.
- Contra o péssimo serviço da Companhia (1915, julho, 15), *O Século* [Ed. da Noite], (276), p. 1.
- Contra o Sistema por chamadas (1928, janeiro, 17), *A Voz*, (341), p. 1.
- Contra os telefones (1915, dezembro, 28), *O Século*, (12232), p. 3.
- Coombs, W. T. e S. Holladay (2012), “Privileging an activist vs. corporate view of Public Relations history in the U.S.”, *Public Relations Review*, 38, (3), pp. 347-353.
- Cooperação (1937, outubro), *Telefones*, (10), p. 3.
- Coral, Manuel (1944, setembro 23), “Publicidade, Propaganda & C.<sup>ª</sup>”, *O Século Ilustrado*, (351), pp. 6 e 26.
- Correios, telégrafos e telefones. O novo contrato do Estado com a Companhia dos Telefones (1928, janeiro, 8), *O Século*, (16464), p. 3.
- Correios, telégrafos e telefones. Uma nova empresa pretende explorar as comunicações telefónicas (1928, fevereiro, 12), *O Século*, (16498), p. 2.
- Costa, Alves (1983), *Raúl de Caldevilla*, Lisboa, Cinemateca Portuguesa.
- Costa, Artur (1937, junho), “O Sindicato Nacional dos Telefonistas do Distrito de Lisboa”, *Telefones*, (6), p. 14.
- Couto, Jorge (2011), “Imprensa Republicana: da difusão do ideário (1848) ao final da Primeira República (1926)”, em L. Sá e M. Rêgo (Coords.), *Jornais Republicanos (1848-1926)*, Lisboa, Biblioteca Nacional, pp. 9-38.
- Creedon, Pamela J. (1993), “Acknowledging the infrasystem: a critical feminist analysis of systems theory”, *Public Relations Review*, 19, (2), pp. 157-166.
- Croft, Robin, Trevor Hartland e Heather Skinner (2008), “And did those feet? Getting medieval England ‘on-message’”, *Journal of Communication Management*, 12, (4), pp. 294-304.
- Crutchley, E. T. (1938), GPO, s.l., Cambridge University Press.
- Cruz, João (1937, abril), *Telefones*, (4), p. 7.
- Correios, Telégrafos e Telefones (1955), *Relations avec le public*, Lisboa, Services Culturels des PTT.
- Culbertson, Hugh M., e Ni Chen (1996a), (Eds), *International Public Relations: A Comparative Analysis*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Culbertson, Hugh M., e Ni Chen (1996b), “Preface”, em Hugh M. Culbertson e Ni Chen (Eds), *International Public Relations: A Comparative Analysis*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Cunha, Alfredo da (1891), *Eduardo Coelho. A sua vida e a sua obra. Alguns factos para a história do jornalismo português contemporâneo*, Lisboa, Diário de Notícias/Tipografia Universal.
- Cunha, Alfredo da (1914), *O Diário de Notícias. A sua fundação e os seus fundadores. Alguns factos para a história do jornalismo português*, Lisboa, Diário de Notícias/Tipografia Universal.
- Cunha, Alfredo da (1941), *Relances sobre os três séculos do jornalismo português: conferência proferida na Câmara Municipal de Lisboa, em 29 de Novembro de 1941*, Lisboa, Gráfica Santelmo.
- Cunha, Raúl da (1937, maio), "A Secção de Instrução", *Telefones*, (5), pp. 6 e 11.
- Curtin, P.A. (2008), "Fred Harvey, Company Public Relations and Publicity (1876-1933)", *Journal of Communication Management*, 12, (4), pp. 359-373.
- Curtis, Patricia e T. Kenn Gaither (2007), *International Public Relations: Negotiating culture, Identity, and Power*, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Cutlip, Scott M. (1994), *The Unseen Power: Public Relations, a History*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Cutlip, Scott M. (1995), *Public Relations History: From the 17<sup>th</sup> to the 20<sup>th</sup> century. The Antecedents*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Cutlip, Scott M. e Allan H. Center (1952), *Effective Public Relations: Pathways to Public Favor*, New York, Prentice-Hall.
- Cutlip, Scott M., Allan H. Center e Glen M. Broom (1985), *Effective Public Relations* (6<sup>th</sup> ed.), Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.
- Cutlip, Scott M., Allan H. Center e Glen M. Broom (1999), *Effective Public Relations* (8<sup>th</sup> ed.), Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.
- Cutlip, S.M., A.H. Center, and Glen M. Broom (2000), *Effective Public Relations* (8<sup>th</sup> ed.), London, Prentice-Hall International.
- D. Virgínia Quaresma (1917, março, 26), *A Capital*, (2374), p. 1.
- De 1882 a 1930 pelo telefone (1930, maio, 18), *O Notícias Ilustrado*, (101), pp. 20-21.
- Debord, Guy (2005), *A Sociedade Espectáculo*, Lisboa, Antipáticas.
- Decreto n.º 14:857, de 3 de janeiro, do Ministério das Comunicações. *Diário do Governo*: I Série, n.º 7 (1928, janeiro 10).
- Decreto-Lei n.º 46:033, de 14 de novembro, do Ministério das Comunicações. *Diário do Governo*: I Série, n.º 268 (1964, novembro 14).
- Decreto-Lei n.º 48:007, de 26 de outubro, do Ministério das Finanças e das Comunicações. *Diário do Governo*: I Série, n.º 250 (1967, outubro 26).
- Delcambre, Pierre (Ed.) (2000), *Communications Organisationnelles: Objets, Pratiques, Dispositifs*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Delta (1916a, fevereiro 15), "A publicidade", *A Capital*, (1985), p. 1.
- Delta (1916b, março 18), "A publicidade", *A Capital*, (2015), p. 3.
- Delta (1916c, março 23), "A publicidade", *A Capital*, (2020), p. 3.
- Dentro de 15 dias... As tarifas dos telefones são exorbitantes e ilegitimamente aumentadas. A opinião de dois advogados e de um 'bolsista' (1921, março, 4), *A Pátria*, (232), p. 1.
- Depois da Guerra... O 'bluff' dos seguros. Uma indústria? Não! Na maioria dos casos, um formidável 'bluff', uma 'chantage' ignóbil (1921a, março, 3), *O Tempo*, (420), p. 1.
- Depois da Guerra... O 'bluff' dos seguros. Uma indústria? Não! Na maioria dos casos, um formidável 'bluff', uma 'chantage' ignóbil. Ora vejamos serenamente (1921b, março, 5), *O Tempo*, (422), p. 1.

- Depois da Guerra... O 'bluff' dos seguros. Uma indústria? Não! Na maioria dos casos, um formidável 'bluff', uma 'chantage' ignóbil. Ora vejamos serenamente (1921c, março, 7), *O Tempo*, (423), p. 1.
- Depois da Guerra... O 'bluff' dos seguros. Uma indústria? Não! Na maioria dos casos, um formidável 'bluff', uma 'chantage' ignóbil. Inquérito! Inquérito! (1921d, março, 11), *O Tempo*, (427), p. 1.
- Desde o dia 1 de Agosto acabaram as meninas do telefone em Madrid. Uma visita á Central da Gran Via – A comutação automática – Uma estatística expressiva – 'Quosque tandem'... (1926, agosto, 12), *Diário de Notícias*, (21751), p. 1.
- Dezassete jornalistas europeus dois dos quais portugueses partem dentro de dias para a América do Sul num avião da K.L.M (1947, abril 5), *O Século Ilustrado*, (482), p. 26.
- Dinan, William e David Miller (2009), *Journalism, public relations, and spin*, em K. Wahl-Jorgensen e T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 250–264). New York, NY: Routledge.
- Divisão Comercial – Sua organização (1949, janeiro), *Boletim da CP*, (235), pp. 13-15.
- Do pão do compadre (1924, novembro 26), *O Século*, (15369), p. 1.
- Douglas Brown (1942, junho 6), *Diário de Lisboa*, (7017), p. 4.
- Dover, C. J. (1995), "The shearing of the lambs: an irrelevant look at *Excellence*", *Journal of Management Advocacy Communication*, 11, (1), pp. 38-44.
- Dozier, David M., e L. A. Grunig (1992), "The Organization of the Public Relations Function", em J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Dozier, David M., L. A. Grunig e J. E. Grunig (1995), *Manager's guide to excellence in Public Relations and Communication Management*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Duas festas telefónicas (1937, janeiro), *Telefones*, (1), pp.8-9.
- Edward Rawdon Smith (1957, December 12), *The New Scientist*, 3, (56), p. 7.
- Eiró-Gomes, Mafalda (2016), "Some remarks for the history of Public Relations in Portugal", *Revista Dito Efeito*, 7, (10), pp. 42-53.
- Eiró-Gomes, M. e J. Duarte (2008), "The case study as a new evaluation tool for Public Relations", em Betteke van Ruler, Ana Tkalac Verčič e Dejan Verčič (eds), *Public relations metrics: research and evaluation*, New York, Routledge.
- Em Pero Pinheiro inaugurou-se ontem a estação telefónica (1927, novembro, 7), *O Século*, (16405), p. 7.
- Empregadas das estações telefónicas (1915, julho, 24), *Diário de Notícias*, (17855), p. 1.
- Empregado que entra ameaçadoramente num escritório (1924, novembro 21), *O Século*, (15364), p. 1.
- Escritório Técnico de Publicidade (19--), *La Propagande au Portugal*, Porto, Escritório Técnico de Publicidade.
- Esparcia, Antonio Castillo (2009), *Relaciones Públicas: Teoría e Historia*, Barcelona, Spellmount Editorial UOC.
- Está impedido? Uma greve nos telefones. As estações central e norte da Companhia deixaram hontem à noite de funcionar (1918, janeiro 16), *O Século*, (12966), p. 1.
- Está impedido!... O pessoal dos telefones tomará uma atitude enérgica se não for atendido (1924, fevereiro 20), *Diário de Lisboa*, (880), p. 5.
- Está lá? (1922, maio, 10), *O Século*, (14455), p. 2.
- Está lá? (1925, fevereiro 15), *O Domingo Ilustrado*, (5), p. 7.

- Está lá?... A remodelação dos serviços telefónicos vai ser proposta, adoptando-se o sistema de tarifas por chamadas? (1924, agosto, 21), *O Radical*, (1180), p. 1.
- Está lá?... O novo Sistema de tarifas telefónicas traz apreciáveis vantagens para a maioria dos assinantes da «The Anglo-Portuguese Telephone Company Ltd.» (1928, janeiro 15), *A Voz*, (399), pp. 1 e 2.
- Está lá?... Quem fala?... O novo sistema de tarifas telefónicas traz apreciáveis vantagens para a maioria dos assinantes da The Anglo-Portuguese Telephone Company Ltd. (1928, janeiro 16), *Diário de Lisboa*, (2077), p. 3.
- Está lá?... Talvez... talvez se pudessem dispensar as meninas dos telefones! (1924, dezembro 17), *Diário de Lisboa*, (1135), p. 5.
- Estação Estrela (1937, outubro), *Telefones*, (10), pp. 8 e 9.
- Estrangeiros em Portugal (1915, julho, 3), *O País*, (2663), p. 2.
- Estrela, Rui (2004), *A publicidade no Estado Novo. Vol. I (1932-1959)*, Lisboa, Simplesmente Comunicando.
- Eterna questão. Os telefones (1921, janeiro, 11), *O Século*, (14022), p. 1.
- Evans, Richard (2013), *From the Frontline: The Extraordinary Life of Sir Basil Clarke*, Stroud-Gloucestershire, Spellmount Publishers.
- Ewen, S. (1996), *PR!: A Social History of Spin*, New York, Basic Books.
- F. (1937, setembro), “Quem foram e quem são os Directores portugueses da companhia”, *Telefones*, (9), p. 14.
- Falam os telephonistas. Emudecem os telefones? O pessoal masculino abandonou hoje o trabalho. O pessoal feminino tem medo de aderir á gréve (1910, novembro, 29), *A Capital*, (152), p. 2.
- Falconi, Toni Muzi (2009), “Public Relations in Italy: Master of Ceremonies in a Relational Society”, em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Falconi, Toni Muzi e Fabio Ventoruzzo (2015), “Italy”, em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Falconi, Toni Muzi e Renata Kodilja (2004), “Italy”, em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Faria, Dutra (1970, 1.º trimestre), “Agências de informação”, *Informação, Cultura Popular, Turismo*, 1, (1), pp. 17-38.
- Faria, Miguel Figueira de (1994), *Marconi, da TSF às comunicações globais*, Lisboa, Dep. Central de Comunicação da Comp. Portuguesa Rádio Marconi.
- Faria, Miguel Figueira de (2000), *Companhia Portuguesa Rádio Marconi: 75 anos de Comunicações Internacionais*, Lisboa, Comp. Portuguesa Rádio Marconi.
- Farinha, Luís (2009), “A caminho do 28 de Maio”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 535-567.
- Farinha, Luís (2011), “Sindicalismo livre e I República. Percursos paralelos, convergências efémeras (1908-1931)”, em R. Varela, R. Noronha e J. D. Pereira (Coords.), *Greves e Conflitos Sociais em Portugal no Século XX*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 85-96.
- Fawkes, Johanna (2007), “Public relations models and persuasion ethics: a new approach”, *Journal of Communication Management*, 11, (4), pp. 313-331.

- Fernandez, M. de Los Ángeles Moreno (2004), "Spain", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Ferreira, António Mega (org.) (1986), *Fernando Pessoa, o Comércio e a Publicidade*, Lisboa, Cinevoz/Lusomedia.
- Ferreira, Armando (1919a, março, 20), "Os telefones. C. 2298? Impedido. Uma visita à Companhia dos Telefones para esclarecimento das inúmeras reclamações contra este serviço", *A Capital*, (3065), pp.1-2.
- Ferreira, Armando (1919b, março, 21), "Os telefones. C. 2298? Impedido. Ó menina, faz favor diz-me quanto falta para o meio-dia?", *A Capital*, (3066), pp.1-2.
- Ferreira, Armando (1919c, outubro 17), "Os mistérios da publicidade", *A Capital*, (3347), p. 1.
- Ferreira, Armando (1920a, novembro 19), "Croquis de viagem. Na boa paz. XVI – O primeiro «shake-hands» de John Bull", *A Capital*, (3701), p.1.
- Ferreira, Armando (1920b, novembro 21), "Croquis de viagem. Na boa paz. XVII – Londres em pleno «week-end»", *A Capital*, (3703), p.1.
- Ferreira, Armando (1920c, novembro 22), "Croquis de viagem. Na boa paz. XVIII – Londres, formigueiro humano", *A Capital*, (3704), p.1.
- Ferreira, Armando (1920d, novembro 23), "Croquis de viagem. Na boa paz. XIX – Londres da vida airada", *A Capital*, (3705), p.1.
- Ferreira, Armando (1920e, novembro 25), "Croquis de viagem. Na boa paz. XX – Londres-Boedecker", *A Capital*, (3707), p.1.
- Ferreira, Armando (1920f, novembro 26), "Croquis de viagem. Na boa paz. XXI – O «Tamisa» por dentro...", *A Capital*, (3708), p.1.
- Ferreira, Armando (1920g, novembro 28), "Croquis de viagem. Na boa paz. XXII – Made in London...", *A Capital*, (3710), p.1.
- Ferreira, Armando (1920h, novembro 30), "Croquis de viagem. Na boa paz. XXII – Londres-Paris", *A Capital*, (3712), p.1.
- Ferreira, Armando (1922), *Crónicas de Viagem*, Coimbra, Lumen.
- Ferreira, Armando (1923, maio 24), "Como se fala ao telefone", *ABC*, (149), p. 2.
- Ferreira, Armando (1928, novembro 16), "De 1881 a 1928, como falavam ao telefone os nossos pais e como virão a falar os nossos filhos", *Ilustração*, (70), p. 19.
- Ferreira, Armando (1937, março), "Ser dos Telefones", *Telefones*, (3), pp.1 e 11.
- Ferreira, Armando (1938a, janeiro), "A previdência na A.P.T.", *Telefones*, (13), p.11, 14-15.
- Ferreira, Armando (1938b, julho), "As 10 máximas mínimas do Apêteista", *Telefones*, (19), p. 2.
- Ferreira, Armando (1938c, agosto), "Nota de redacção", *Telefones*, (20), p.15.
- Ferreira, Armando (1952, setembro), "Viajando dentro da Companhia. Divisão Comercial. Repartição de Expediente e Contratos", *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (17), pp.4-5.
- Ferreira, Armando (1967), *The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd.: subsídios para a sua história*, Lisboa, The Anglo-Portuguese Telephone Company.
- Ferreira, Luiz (1937, abril), "Em contacto com o público", *Telefones*, (4), pp.1 e 15.
- Ferreira, Luiz (1938, fevereiro), "«Nove... Quatro...»", *Telefones*, (14), p. 10.

- Ferreira, Luiz (1952, novembro), “Viajando dentro da Companhia. Divisão Comercial. Repartição de Expediente e Contratos”, *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (19), pp. 10-11.
- Ferreira, Manuel (1952, setembro), “Viajando dentro da Companhia. Divisão Comercial. Repartição de Expediente e Contratos”, *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (17), p. 5.
- Ferreira, Sónia Sofia (2011), “«Temos fome, Temos fome»: resistência operária feminina em Almada durante o Estado Novo”, em R. Varela, R. Noronha e J. D. Pereira (Coords.), *Greves e Conflitos Sociais em Portugal no Século XX*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 109-120.
- Fiadeiro, Maria Antónia (2003), *Maria Lamas*, Lisboa, Quetzal Editores.
- Figueiras, Carlos dos Santos (1937, novembro), “Sindicato dos Telefonistas de Lisboa”, *Telefones*, (11), p. 7.
- Filho, Homem Christo (1926a, agosto, 13), “O banco dos réus”, *A Informação*, (28), p. 1.
- Filho, Homem Christo (1926b, agosto, 15), “Ferro em braza”, *A Informação*, (30), p. 1.
- Flodin, Bertil (2004), “Sweden”, em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Flodin, Bertil (2009), “Public Relations in Sweden: A strong Presence Increasing in Importance”, em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Fonseca, Abílio da (1998), *Comunicação Institucional: Contributo das Relações-Públicas*, Maia, ISMAI.
- Fonseca, Abílio da (2001), “Elementos para a história das Relações Públicas em Portugal”, em J. D. Barquero Cabrero & M. Barquero Cabrero (Orgs.), *O Livro de Ouro das Relações Públicas*, Porto, Porto Editora.
- Fonseca, Abílio da (2011), *Para uma História das Relações-Públicas*, S. Pedro, ISMAI.
- Fonseca, Wilton (1995), *À sombra do poder: a história da Lusitânia: 1944-1974*, Lisboa, Memória do Tempo.
- Fonseca, Wilton, Gomes, A. Santos (2017), *Heróis anónimos 2: jornalismo de agência – história da Lusitânia e da ANI (1944 – 1975)*, Lisboa, Perfil Criativo.
- Football internacional. O VI encontro Portugal-Espanha (1928, janeiro 9), *Diário de Notícias*, (22262), pp. 1 e 5.
- Foyos, Pedro (2014), *O «grande jornalzinho» da rua dos Calafates: história do Diário de Notícias nos primórdios da publicação*, Lisboa, Prelo.
- França, José-Augusto (1991), *O Modernismo na Arte Portuguesa* (3.<sup>a</sup> ed.), Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa.
- França, José-Augusto (2009), *A arte em Portugal no século XX (1911-1961)* (4.<sup>a</sup> ed.), Lisboa, Livros Horizonte.
- Franco, Graça (1993), *A censura à Imprensa (1820-1974)*, Lisboa, Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Frangenheim, F. H. (1956, julho/agosto), “Public Relations”, *Revista Shell*, (314), pp. 1-2.

- Freire, João (1999), "A República e o movimento operário" em N. S. Teixeira e A. C. Pinto (Eds.), *A Primeira República Portuguesa. Entre o liberalismo e o autoritarismo*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 77-90.
- Freire, João Paulo (1934), *Pela República! Dois anos de luta ao parapeito do "Diário da Noite"*, Lisboa, Livraria Central Editora.
- Freire, João Paulo (1936), *Escolas de Jornalismo*, Porto, Editora Educação Nacional.
- Fundação Portuguesa das Comunicações (2010), *História das Comunicações em Portugal: guia de fontes documentais*, Lisboa, Fundação Portuguesa das Comunicações.
- Galhardo, Andreia (2006) "Sobre as práticas e reflexões publicitárias de Fernando Pessoa", *Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais*, (3), pp. 19-26.
- Garção, Pedro Mayer (1942, junho, 30), *Diário de Lisboa*, (7041), pp. 4-5 e 7.
- García, Elena Gutiérrez e Natalia Rodríguez Salcedo (2009), "50 años de Relaciones Públicas en España. De la propaganda y la publicidad a la gestión de la reputación", *Doxa Comunicación*, (9), pp. 13-33.
- Garnel, Maria R. L. (2004). *A República de Sebastião de Magalhães Lima*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Gérin, Octave-Jacques (1911), *Commerce et industrie. Les Procédés modernes de vente. La Publicité suggestive, théorie et technique*, Paris, Dunod et E. Pinat.
- Gérin, Octave-Jacques (1918), *Précis intégral de publicité*, Paris, Dunod et E. Pinat.
- Gillman, Freddie (1978). "Public Relations in the United Kingdom prior to 1948", *IPRA Review*, (April), pp. 43-50.
- Goldman, Eric F. (1948), *Two-way Street: The Emergence of the Public Relations Counsel*, Boston, Bellman Publishing Company, Inc.
- Gomes, Joaquim Cardoso (2006), *Os militares e a censura. A censura à Imprensa na Ditadura Militar e Estado Novo (1926-1945)*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Gomes, Mário de Azevedo (1915), "A universidade americana nas suas relações com o público: a obra da extensão universitária e os progressos da agricultura", *Revista Agronómica*, 2, (17-20), pp. 206-233.
- Gomes, Mário de Azevedo (1916), "A universidade americana nas suas relações com o público: a obra da extensão universitária e os progressos da agricultura", Separata da *Revista Agronómica*, 2, (17-20), pp. 206-233.
- Gonçalves, Gisela (2010), *Introdução à teoria das Relações Públicas*, Porto, Porto Editora.
- Gonçalves, José Júlio (1963), *Sociologia da Informação*, Lisboa, Junta de Investigação do Ultramar.
- Gower, Karla K. (2006), "Public relations research at the crossroads", *Journal of Public Relations Research*, 18 (2), pp. 177-190.
- Gower, K. K. (2007), *Public Relations and the Press: The Troubled Embrace*, Evanston, IL, Northwestern University Press.
- Gower, K. K. (2008), "US Public Relations in the Progressive Era", *Journal of Communication Management*, 12, (4), pp. 305-318.
- Gras, N. S. B. (1939), *Business and Capitalism: an Introduction to Business History*, New York, Crofts & Company.
- Gras, N. S. B. (1945), "Shifts in Public Relations", *Bulletin of the Business Historical Society*, 19, (4), pp. 97-148.

- Gray, K. R., L. A. Frieder e G. W. Clark (2005), *Corporate Scandals: The Many Faces of Greed*, St. Paul, MN, Paragon House.
- Gregory, Anne (2011), "The challenges of the new communication age", *Comunicação Pública*, 6, (10), pp. 11-20.
- Grunig, J. E. (1976), "Organizations and public relations: Testing a communication theory", *Journalism Monographs* (46), pp. 1-59.
- Grunig, J. E. (1984), "Organizations, environments, and models of public relations", *Public Relations Research & Education*, 1, (1), pp. 6-29.
- Grunig, J. E. (1989), "Symmetrical presuppositions as a framework for public relation theory", em Carl H. Botan and Vincent Hazleton (Ed.), *Public Relations theory*, Thousand Oaks, CA, SAGE.
- Grunig, J. E. (Ed.) (1992a), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. (1992b), "Communication, Public Relations, and Effective Organizations: An Overview of the Book", em J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. (2001), "Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future", em R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 11-30), Thousand Oaks, CA, Sage.
- Grunig, J. E., e J. White (1992), "The effect of worldviews on Public Relations theory and practice", em J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., e L. A. Grunig (1992), "Models of public relations and communication", em J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., e L. S. Grunig (1989), "Toward a theory of the public relations behavior of organizations: Review of a program of research", *Public Relations Research Annual*, 1, (1-4), pp. 27-63.
- Grunig, J. E., L. A. Grunig, K. Sriramesh, Yi-Hui Huang e A. Lyra (1995), "Models of public relations in an international setting", *Journal of Public Relations Research*, 7, (3), pp. 163-186.
- Grunig, J. E., e Todd Hunt (1984), *Managing Public Relations*, New York, Holt, Rinehart & Winston.
- Grunig, L. A. (1986, agosto), "Activism and organizational response: Contemporary cases of collective behavior", comunicação apresentada à Association for Education in Journalism and Mass Communication, Norman, OK.
- Grunig, L. A., J. E. Grunig e D. M. Dozier (2002), "Models of Public Relations", em L. A. Grunig, J. E. Grunig e D. M. Dozier (Eds.), *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Grupo Desportivo dos Empregados da Companhia dos Telefones (1928, abril, 27), *Os Sports*, (982), p. 3.
- Guimarães, Francisco do Vale (1946), *A Propaganda dos CTT: Poderoso Factor de Aglutinação do Império*, Lisboa, Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones.
- Guimarães, Francisco do Vale (194-), *Ligeiras Notas sobre Publicidade e Propaganda*, (s.l.), Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones.
- Hage, Jerald (1980), *Theories of Organizations: Form Process & Transformation*, New York, Wiley Interscience.

- Hajos, Boris e Ana Tkalac (2004), "Croatia", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Hallahan, K. (2003), "W. L. Mackenzie King: Rockefeller's Response to the 1913-1914 Colorado Coal Strike", *Public Relations Review*, 29 (4), pp. 401-414.
- Hallahan, K. (2010a), "Public Relations Media", em R. L. Heath (Ed.), *The Sage Handbook of Public Relations* (2<sup>nd</sup> edition), Thousand Oaks, CA, Sage.
- Hallahan, K. (2010b), "Being public. Publicity as Public Relations", em R. L. Heath (Ed.), *The Sage Handbook of Public Relations* (2<sup>nd</sup> edition), Thousand Oaks, CA, Sage.
- Harlow, Rex F. (1976), "Building a public relations definition", *Public Relations Review*, 2, (4), pp. 34-42.
- Harrison, Shirley (1995), *Public Relations: An Introduction*, London, Routledge.
- Hartley, Jean (2004), "Case Study Research", em Catherine Cassell e Gillian Symon, *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, London, Sage.
- Hazleton, Vincent e Dean Kruckeberg (1996), "European Public Relations Practice: An Evolving Paradigm", em Hugh M. Culbertson e Ni Chen (Eds.), *International Public Relations: A Comparative Analysis*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Heath, R. L. (2001a), "A rhetorical enactment rationale for public relations: The good organization communicating well", em R. L. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations* (pp. 31-59), Thousand Oaks, CA, SAGE.
- Heath, R. L. (Ed.) (2001b), *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Heath, R. L. (2005a), "Antecedents of modern public relations", em R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of Public Relations* (Vol. 1), Thousand Oaks, CA, SAGE.
- Heath, R. L. (Ed.) (2005b), *Encyclopedia of Public Relations*, Vols. 1-2, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Heath, R. L. (2009), "The rhetorical tradition: Wrangle in the marketplace", em R. L. Heath, E. L. Toth and D. Waymer (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations II* (pp. 17-47), New York, Routledge.
- Heath, R. L. (Ed.) (2010), *The SAGE Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Heath, R. L. (Ed.) (2013), *Encyclopedia of Public Relations* (2<sup>nd</sup> edition), Vol. 1-2, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Heath, R. L. e G. Vasquez (2001), *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Heath, R. L. e W. T. Coombs (2006), *Today's Public Relations: An introduction*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Hejlová, Denisa (2014), "The Czech Republic", em Tom Watson (Ed.), *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Heller, Michael (2016), "The development of integrated marketing communications at the British General Post Office, 1931-39", *Business History*, 58 (7), pp. 1034-1054.
- Hellweg, S.A. (1989), "The application of Grunig's symmetry-asymmetry public relations models to internal communication systems", comunicação apresentada na reunião da Internal Communication Association, Maio de 1989, San Francisco.
- Henriques, F. de Carvalho (1946), *O gerente e a sua gente: as relações entre dirigentes e dirigidos como factor de eficiência da empresa*, Lisboa, Empresa Nacional de Publicidade.

- Hertzen, Pirjo von, Elina Melgin e Leif Åberg (Eds.) (2012), *Vuosisata Suhdetoimintaa – Yhteisöviestinnän Historia Suomessa [História das Relações Públicas na Finlândia]*, Helsinki, Otava.
- Hiebert, Ray Eldon (1966), *Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the development of Public Relations*, Ames, IA, Iowa State University Press.
- Hines, Randy (2009), “German Public Relations”, *PRism*, 6 (2), pp. 1-9.
- Hızal, G., B. Pınar Özdemir e Melike Aktaş Yamanoğlu (2014), “Tracking public relations history in 1960s’ Turkey: The prevalence and reflections of development discourse”, *Public Relations Review*, 40, (4), pp. 632-638.
- Hoje foi iniciada a greve do pessoal masculino dos telefones (1924, novembro 10), *Diário de Lisboa*, (1104), p. 8.
- Holtzhausen, Derina (2000), “Postmodern values in public relations”, *Journal of Public Relations Research*, 12, (1), pp. 93-114.
- Holtzhausen, Derina (2002a), “A postmodern critique of public relations theory and research”, *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 28 (1), pp. 29-38.
- Holtzhausen, Derina (2002b), “Towards a postmodern research agenda for public relations”, *Public Relations Review*, 28 (3), pp. 251-264.
- Homem, Amadeu de Carvalho (1990), *A propaganda Republicana (1870-1910)*, Coimbra, Coimbra Editora.
- Hoy, Peggy, Oliver Raaz e Stefan Wehmeier (2007), “From facts to stories or from stories to facts? Analyzing public relations history in public relations textbooks”, *Public Relations Review*, 33, (2), pp. 191-200.
- Hutton, James G. (1999), “The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations”, *Public Relations Review*, 25, (2), pp. 199-214.
- Hutton, James G. (2010), “Defining the relationship between Public Relations and Marketing”, em R. L. Heath (Ed.), *The Sage Handbook of Public Relations (2<sup>nd</sup> ed.)*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Impressões da festa de 20 de Março no Maxim’s Clube (1937, abril), *Telefones*, (4), p. 10.
- Impudor! (1928, janeiro, 1), *O Século*, (16460), p. 1.
- Inauguração da nova estação dos telephones (1904, junho, 26), *Diário de Notícias*, (12853), p. 4.
- Inauguração duma cabine telefónica na Ameixoeira (1938, junho), *Telefones*, (18), pp. 11 e 14.
- Inquérito às profissões femininas. Senhoras: agrada-lhes as profissões que exercem? Garantem elas futuro a quem as exerça? (1911, agosto, 26), *A Capital*, (397), p. 1.
- Inquérito à indústria nacional. O fabrico das garrafas da Companhia da Amora utiliza 3 fornos, dá trabalho a 900 operários e movimenta um capital de 800 contos (1916, maio, 28), *A Capital*, (2077), p. 3.
- Instituto Pasteur de Lisboa (1941, setembro), *Panorama*, 1, (4), pp. 11-13.
- Instrumento de suplício (1922, agosto, 2), *A Pátria*, (661), p. 1.
- Jefkins, Frank (2000), *Public relations techniques: extensively revised and updated for the 1990s (2<sup>nd</sup> ed.)*, Oxford, Butterworth.
- Jorge Botelho Moniz (1928a, janeiro 25), *A Situação*, (283), p. 5.
- Jorge Botelho Moniz (1928b, janeiro 26), *A Situação*, (284), p. 6.
- Jornalistas portugueses nos grandes Centros Europeus da Indústria Petrolífera (1955, julho-agosto), *Revista Shell*, (308), p. 3.

- Jourdain, Albert (1922, outubro), "A propos d'art et de l'Exposition d'Art Moderne Belge à Lisbonne en 1920", *Contemporânea*, 2, (4), pp. 26-28.
- Jowett, Garth S. e Robert L. Heath (2005), "Propaganda", em Robert L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of Public Relations*, Vol. 2, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Jowett, Garth S. e Victoria O'Donnell (1999), *Propaganda and Persuasion* (3rd ed.), Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Jowett, Garth S. e Victoria O'Donnell (2006), *Propaganda and Persuasion* (4th ed.), Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Júnior, F. J. Cardoso (1943), *Rául de Caldevilla* (2.ª ed.), Porto, Núcleo de Iniciativa Nacional.
- Júnior, José da Siva Ramalho (1937, setembro), "Impressões gerais das festas do Porto", *Telefones*, (9), p. 7.
- Júnior, J. Ramalho (1938, setembro), "O 3.º telefone em festa", *Telefones*, (21), p. 10.
- Katz, Daniel e Robert Kahn (1978), *The social psychology of organizations*, New York, Wiley.
- Khurana, Rakesh (2007), *From Higher Aims to Hired Hands: The Social Transformation of American Business Schools and the Unfulfilled Promise of Management as a Profession*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Koper, Eric (2004), "United Kingdom", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Kovach, Bill e Tom Rosenstiel (2007), *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, New York, Three Rivers Press.
- Kuhn, Thomas S. (1962), *The structure of Scientific Revolutions*, Chicago, University of Chicago Press.
- Kunczik, Michael (1997), *Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland* [História das Relações Públicas na Alemanha], Colónia, Weimar, Viena, Böhlau.
- L'Etang, Jacquie (1996), "Public Relations and Rhetoric", em J. L'Etang e M. Pieczka (Eds.), *Critical Perspectives in Public Relations: Critical debates and contemporary practice*, London, International Thomson Business Press.
- L'Etang, Jacquie (1997), "Public Relations and the rhetorical dilemma: legitimate 'perspectives', persuasion, or pandering?", *Australian Journal of Communication*, 24(2), pp. 33-53
- L'Etang, Jacquie (1998), "State Propaganda and Bureaucratic Intelligence: The Creation of Public Relations in 20th Century Britain", *Public Relations Review*, 24, (4), pp. 413-441.
- L'Etang, Jacquie (1999), "Public Relations Education in Britain: An Historical Review in the Context of Professionalisation", *Public Relations Review*, 25, (3), pp. 261-289.
- L'Etang, Jacquie (2004), *Public Relations in Britain. A history of professional practice in the 20th century*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- L'Etang, Jacquie (2006a), "Public Relations and Rhetoric", em J. L'Etang e M. Pieczka (Eds.), *Public Relations: Critical debates and contemporary practice*, New York, Lawrence Erlbaum.
- L'Etang, Jacquie (2006b), "Public Relations as Theatre: Key Players in the Evolution of British Public Relations", em Jacquie L'Etang e Magda Pieczka (Eds.), *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- L'Etang, Jacquie (2008), "Writing PR history: issues, methods and politics", *Journal of Communication Management*, 12, (4), pp. 319-335.

- L'Etang, J. (2009), *Public Relations: Concepts, practice and critique*, London, Sage.
- L'Etang, Jacquie (2014), "Public relations and historical sociology: Historiography as reflexive critique", *Public Relations Review*, 40, (4), pp. 654-660.
- L'Etang, Jacquie (2015), "United Kingdom", em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- L'Etang, Jacquie e Magda Pieczka (orgs.) (2006), *Public Relations. Critical Debates and Contemporary Practice*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- L. M. Ericsson at the Gothenburg Exhibition (1923, jan.-feb.), *L. M. Ericsson Review*, 1, (1-2), pp. 18-21.
- Lá por fora. A escola de jornalistas (1920, janeiro, 8), *A Capital*, (3427), p. 1.
- Laboreiro, Simão de (1921, abril, 12), "Os grandes criminosos. Resposta a Pinto & Sotto-Mayor", *O Tempo*, (450), p. 1.
- Lacey, Alan Robert (1976), *A Dictionary of Philosophy*, London, Routledge.
- Lamme, Margot O. e Karen R. Miller (2010), "Removing the Spin: Towards a New Theory of Public Relations History", *Journalism and Communication Monographs*, 11, (4), pp. 281-362.
- Lampraia, J. Martins (ca. 1981), *Técnicas de Comunicação: Publicidade, propaganda, relações públicas* (3.<sup>a</sup> ed.), Mem Martins, Europa-América.
- Lampraia, J. Martins (1982), *O Serviço de Imprensa nas Relações Públicas*, Mem Martins, Europa-América.
- Lampraia, J. Martins (1988), *Técnicas de Comunicação: Publicidade, propaganda, relações públicas* (5.<sup>a</sup> ed.), Mem Martins, Europa-América.
- Lampraia, J. Martins (1989), *A publicidade moderna* (2.<sup>a</sup> ed.), Lisboa, Presença.
- Lampraia, J. Martins (1999), *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas* (2.<sup>a</sup> ed), Mem Martins, Europa-América.
- Lapa, João F. (1932, maio), "Nós e o Público", *Boletim da CP*, (35), pp. 81-84.
- Larsson, Larsake (2006), "Public Relations and Democracy: A Swedish Perspective", em Jacquie Laskin, Alexander V. (2009), "The evolution of models of public relations: an outsider's perspective", *Journal of Communication Management*, 13, (1), pp. 37-54.
- Ławniczak, Ryszard (2004), "Poland", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Ławniczak, Ryszard, Waldemar Rydzak e Jacek Trebecki (2009), "Public Relations in an Economy and Society in Transition: The Case of Poland", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Leão, Manuel G. (1944), *Organização dos serviços públicos*, Lisboa, Secção de Publicidade e Propaganda [AGCTT].
- Lehtonen, Jaakko (2004), "Finland", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Lehtonen, Jaakko (2013), "PR under the northern lights", *Communication Director*, (4), pp. 48-51.
- Leichty, G. e J. Springston (1993), "Reconsidering Public Relations Models", *Public Relations Review*, 19(4), pp. 327-39

- Leitch, S. e D. Neilson (2001), "Bringing public into public relations: new theoretical frameworks for practice", em R. L. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Lemos, Mário M. (2006), *Jornais diários portugueses do século XX: um dicionário*, Coimbra, Ariadne editora/CEIS20.
- Liebert, Tobias (1997), "Über einige inhaltliche und methodische Probleme einer PR-Geschichtsschreibung" [Sobre alguns problemas substantivos e metodológicos da história da RP], em P. Szyszka (Ed.), *Auf der Suche nach einer Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein* [À procura de uma identidade. A história das RP como bloco de construção para a teoria das RP], Berlin, Vistas.
- Ligações telefónicas. Foi proposta ao Governo a constituição de uma empresa para explorar no nosso país uma rede telefónica completa (1928, fevereiro, 11), *Diário de Notícias*, (22285), p. 6.
- Lima, Augusto Pires de (1939, dezembro, 21), "Os telefones e o casamento", *Jornal de Notícias*, (348), p. 3.
- Lisboa moderna. Qual a forma de ter telefones em todas as casas a preços equitativos? (1924, abril 15), *O Radical*, (1085), p. 1.
- Lisboa sem telefones (1920, janeiro 15), *Diário de Notícias*, (19440), p. 2.
- Lisboa sem telefones. Ainda hontem não ficou solucionado o conflito (1920, fevereiro 6), *O Século*, (13687), p. 2.
- Lisboa sem telefones. Os grevistas acusam a Companhia (1920, fevereiro 8), *O Século*, (13689), p. 3.
- Livros. «O Gerente e a sua gente» (1946, agosto), *Shell News*, (254), p. 15.
- Lobo, Theresa (2001), *Cartazes publicitários: colecção da Empresa do Bolhão*, Lisboa, INAPA.
- Lopes, Norberto (1921, setembro, 10), "Que número deseja? Os telefones por dentro ou o fim de uma lenda que não tem razão de existir. O «Diário de Lisboa» visita as instalações da Companhia e tem muito prazer em dizer aos senhores que...", *Diário de Lisboa*, (135), p. 5.
- Lorraine, A. G. (1918), *Portugal and the Allies: a message to Great Britain*, London, Hazell, Watson & Viney.
- Lougovoy, C. e Denis Huisman (1981), *Traité de Relations Publiques*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Lourenço, Manuel S. (1935), *Situação Jurídica das Associações de Classe: Minuta de apelação entre João Paulo Freire e Associação Comercial de Lojistas de Lisboa*, Lisboa, Centro Tipográfico Colonial.
- Lovell, R. P. (1982), *Inside Public Relations*, Boston, MA, Allyn & Bacon.
- LPPS (1950), *A campanha pelo casamento das telefonistas*, Porto, Imprensa Social.
- Lúcia, Maria (1921, setembro 26), "Deixem-nas casar", *O Século* [Ed. da noite], (2376), p. 1.
- Luís Ferreira (1959, abril, 5), *Diário de Lisboa*, (13 047), p. 9.
- Lupi, Luís C. (1973), *Memórias. Diário de um inconformista (1943 a 1957). III volume*, Lisboa, Livraria Editora Pax.
- Lyon, Lisa (2010), "Publicity", em R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of Public Relations*, Vol. 2, Thousand Oaks, CA, Sage.
- MacDonald, Keith M. (1995), *The sociology of the professions*, London; Thousand Oaks, Calif., Sage.
- Machado, José (1967a), "Subsídios para a estruturação dos cursos de formação de dirigentes de escalão médio", *Correios e Telecomunicações*, (2), pp. 49-51.

- Machado, José (1967b) “Nota explicativa”, em Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (Ed.), *CEPT - Relações Públicas II*, Lisboa, AGCTT.
- Machado, José (1968, 1.º Trimestre), “As Relações Públicas”, *Correios e Telecomunicações*, (5), pp. 45-46.
- Magalhães, Eduardo C., F. Carvalho Costa e M. M. Calvet de Magalhães (1966), *TVP: Técnica de Vendas e Publicidade*, Porto, Editorial Domingos Barreira.
- Mais sangue! Quem mandou matar o director d’O TEMPO?! (1921, dezembro, 7), *O Tempo*, (635), p. 1.
- Marchand, Roland (1990), “Cultural History from Corporate Archives”, *Public Relations Review*, 16, (3), pp. 105-114.
- Marston, J. E. (1979), *Modern Public Relations*, New York, McGraw-Hill.
- Martins, Christiana (2007), *30 Anos de Jornalismo Económico em Portugal (1974-2004)*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Martins, Rocha (1941), *Pequena história da imprensa portuguesa*, Lisboa, Ed. Inquérito.
- Mata, Maria Eugénia (2009), “A política financeira”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 191-203.
- Matos, Ana C., F. Mendes, F. Faria e L. Cruz (2004), *A Electricidade em Portugal: dos primórdios à 2.ª Guerra Mundial*, Lisboa, EDP-Museu da Electricidade.
- Matos, José Luciano Viegas de (1953), *A União Postal Universal e os seus congressos*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Mau exemplo (1924, novembro, 27), *A Época*, (1927), p. 1.
- Maurício de Oliveira (1939, junho 7), *Revista de Marinha*, (49), p. 13.
- Mayer, Ruy (1915), “A universidade americana: o seu espírito; os seus métodos; influência do meio na sua acção educativa”, *Revista Agronómica*, 2, (17-20), pp. 178-206.
- Mayer, Ruy (1935), “A universidade americana nas suas relações com o público”, em A.A.V.V., *Homenagem aos professores Azevedo Gomes, Hernâni Cidade e Joaquim de Carvalho*, s.l., edição dos Alunos da Universidade de Coimbra, da Faculdade de Letras de Lisboa e do Instituto Superior de Agronomia.
- McKie, David (2001), “Updating Public Relations: ‘New Science,’ Research Paradigms, and Uneven Developments”, em R. L. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- McKie, D. e D. Munshi (2007), *Reconfiguring Public Relations*, London, Routledge.
- McKie, D. e Jordi Xifra (2014), “Resourcing the Next Stages in PR History Research: The Case for Historiography”, *Public Relations Review*, 40, (4), pp. 669-675.
- Melgin, Elina (2015), “Finland”, em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Meninas do Telefone (1916, maio, 14), *O Mundo*, (5690), p. 1.
- Michaelson, David e Toni L. Griffin (2005), *A New Model for Media Content Analysis*, s.l., The Institute for Public Relations.
- Miguel, Aura (1992), *Rádio Renascença: os trabalhos e os dias. 1933-1948*, Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Miller, David e William Dinan (2008), *A Century of Spin. How Public Relations became the Cutting Edge of Corporate Power*, London, Pluto Press.

- Miller, Gerlad R. (1989), "Persuasion and Public Relations: Two "Ps" in a pod", em C. H. Botan and V. Hazleton Jr. (Eds.), *Public Relations Theory*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Miller, Karen (2000), "U.S. Public Relations History: Knowledge and Limitations", *Communication Yearbook* (23), pp. 381-420.
- Miranda, Paula C. G. M. (2005), *O jornalismo em Portugal: elementos para a arqueologia de uma profissão (1865-1925), Vol I*, Tese de Doutoramento em História da Cultura Moderna e Contemporânea, Évora, Universidade de Évora.
- Moloney, Kevin (2000), *Rethinking Public Relations: The spin and the substance*, London, Routledge.
- Moloney, Kevin (2006), *Rethinking Public Relations* (2nd ed.), Abingdon, Routledge.
- Moniz, Jorge Botelho (1928a, janeiro 16), "Telefones", *A Situação*, (275), p. 6.
- Moniz, Jorge Botelho (1928b, janeiro 17), "Os telefones. A Companhia pretende obrigar os subscritores ao pagamento de um aumento não inferior a cinquenta por cento", *A Situação*, (276), p. 3.
- Moniz, Jorge Botelho (1928c, janeiro 18), "Brado de alerta Muito ao contrário das afirmações da Anglo Portuguese a grande maioria dos subscritores ficará altamente prejudicada", *A Situação*, (277), p. 3.
- Moniz, Jorge Botelho (1928d, janeiro 19), "Os telefones. As tarifas que actualmente vigoram são já de si exageradas", *A Situação*, (278), p. 3.
- Moniz, Jorge Botelho (1928e, janeiro 25), "Justificação de uma atitude. Algumas palavras de despedida", *A Situação*, (283), p. 1.
- Montero, Mercedes, Natalia Rodríguez e Francisco Verdura (2010), *Historia de la publicidad y de las relaciones públicas en España: De la nada al consumo. Desde los orígenes hasta 1960*, Barcelona, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Moore, H. F., e F. B. Kalupa (1985), *Public Relations: Principles, Cases and Problems* (9<sup>th</sup> edition), Homewood, Irwin.
- Morreu Armando Ferreira (1968, dezembro 4), *Diário de Notícias*, (36907), p. 2.
- Morris, Trevor e Simon Goldsworthy (2008), *PR - A Persuasive Industry? Spin, Public Relations and the Shaping of the Modern Media*, Basingstoke, Palgrave Macmillan UK.
- Mourão, F. L. (1937, setembro), *Telefones*, (9), pp. 6 e 15.
- Mr. Douglas Grant (1937, dezembro), *Telefones*, (12), p. 3.
- Mr. Pook (1938, setembro), *Telefones*, (21), p. 3.
- Mr. Pope (1938, setembro), *Telefones*, (21), p. 7.
- Mr. Rye (1938, setembro), *Telefones*, (21), p. 3.
- Murphy, P. (1991), "The limits of symmetry: A game theory approach to symmetric and asymmetric public relations", em *Public Relations Research Annual* (vol. 3) (pp. 115-132), Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Museu dos CTT (1974), *Algumas datas para a história do telefone em Portugal*, Lisboa, Museu dos CTT.
- Na Assembleia Geral da A.P.T. em Londres (1938, abril), *Telefones*, (16), p. 11.
- Na sua brilhante conferência o Dr. Melo Portugal ocupou-se de «Alguns aspectos das relações com o público» (1948, outubro), *Guia Oficial dos CTT*, (87), pp. VII-X.
- Não é bom o serviço mas por enquanto não pode ser melhor (1920, dezembro, 9), *O Mundo*, (7027), p. 1.
- Não faltava mais! Encarecimento dos telephones?! (1922, fevereiro, 4), *Correio da Manhã*, (297), p. 2.

- Nemésio, Vitorino (1943a, setembro, 24), "O problema do jornalismo", *Diário Popular*, (361), p. 3.
- Nemésio, Vitorino (1943b, outubro, 4), "O jornalismo: fronteiras da doutrina e da publicidade", *Diário Popular*, (371), p. 3.
- Nemo (1924, dezembro, 9), "A questão das tarifas dos telefones. Um decreto injustificado", *A Época*, (1938), p. 1.
- Nessmann, Karl (1995), "Public Relations in Europe: A comparison with the United States", *Public Relations Review*, 21, (12), pp. 151-160.
- Nessmann, Karl (2000), "The Origins and Development of Public Relations in Germany and Austria", em D. Moss, D. Verčič e G. Warnaby (Eds.), *Perspectives on Public Relations Research*, London, Routledge.
- Nessmann, Karl (2004), "Austria", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Neves, Moreira das (1980), *Para a história da Rádio Renascença: mons. Lopes da Cruz e a emissora católica portuguesa: subsídios e comentários*, Lisboa, Tip. Rádio Renascença.
- Nichols, W. (2002), *Media Relations in Sport*, Morgantown, WV, Fitness Information Technology.
- No aniversário natalício de Mr. Pope. 20 anos de actividade na A.P.T. (1938, abril), *Telefones*, (16), p. 7.
- No primeiro avião português da carreira aérea Lisboa-Paris seguiu uma brigada técnica da Emissora Nacional, que gravou os principais aspectos da viagem inaugural da nova carreira dos T.A.P. (1948, agosto, 14), *Rádio Nacional*, (577), p. 17.
- No seu 10.º aniversário a "Revista da Marinha" prestou homenagem a Bernardino Corrêa presidente da direcção da empresa proprietária (1947, fevereiro 29), *Revista de Marinha*, (287), pp. 7-12.
- Nolte, L. W. (1979), *Fundamentals of Public Relations: Professional Guidelines, Concepts, and Integrations*, New York, Pergamon.
- Noticiário diverso (1971, abril), *Boletim da CP*, (502), p. 16.
- Noticiário gráfico da A.P.T. (1938, abril), *Telefones*, (16), p. 12.
- Novais, Noémia (2013), *A Imprensa Portuguesa e a Guerra. 1914-1918. Os jornais intervencionistas e anti-intervencionistas. A acção da censura e da propaganda*, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, Lisboa, FCSH/UNL.
- Novo ataque do potentado da rua Vitor Cordon (1932, abril, 15), *Diário da Noite*, (65), p. 8.
- Novo, Ângelo (2011), "O 18 de Janeiro na história das ideias", em R. Varela, R. Noronha e J. D. Pereira (Coords.), *Greves e Conflitos Sociais em Portugal no Século XX*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 97-107.
- Nunes, Ribeiro (1938, agosto), "Sindicato Nacional dos Telefonistas de Lisboa. Uma entrevista com o seu Presidente", *Telefones*, (20), pp. 14-15.
- O amor proibido. Não podem casar cerca de 500 meninas dos telefones (1925, outubro 30), *Diário de Lisboa*, (1400), p. 4.
- O 'bluff' dos telefones (1915, julho, 15), *O Século* [ed. da noite], (276), p. 1.
- O cartaz (1912, julho 18), *A Capital*, (708), p. 2.
- O caso da Companhia dos Telephones (1919, julho, 16), *A Capital*, (3165), p. 2.
- O caso dos telefones. Em nome do princípio moral "quem consome paga" a Companhia exige que se pague... mesmo não falando... (1928, janeiro, 23), *A Situação*, (281), p. 7.

- O castigo, uma nova companhia (1915, novembro, 1), *República*, (1728), p. 1.
- O Chefe do Estado inaugurou os telefones automáticos na estação Norte (1934, outubro, 20), *Diário de Lisboa*, (4285), p. 7.
- O Conselho Superior de Comércio também concorda que se deve chamar à ordem a Companhia dos Telefones, obrigando-a a indemnizar os subscritores cujos aparelhos estejam avariados (1922, fevereiro 23), *Diário de Notícias*, (20152), p. 1.
- O contador de chamadas no telefone automático (1937, outubro, 20), *Arquivo Nacional*, (302), pp. 296-297.
- O contrato dos telefones foi assinado ontem (1928, janeiro, 26), *O Século*, (14482), p. 1.
- O cúmulo! (1919, outubro 16), *O Século*, (13579), p. 1.
- O desenvolvimento industrial do paiz. Como se devem fomentar as grandes iniciativas. – Uma maior produção e o lançamento de novas indústrias podem resolver a crise económica. – A colaboração inteligente do capital e do trabalho aumentará a riqueza pública. A notável acção do ‘Banco Industrial Portuguez’ na vida industrial (1924, junho, 2), *Jornal da Europa*, (132), p. 7.
- O escândalo dos telefones (1914, novembro 22), *A Capital*, (1548), p. 1.
- O Governo e o comércio (1924, dezembro, 12), *O Século*, (15384), p. 2.
- O Guia Oficial dos CTT e os seus seis anos de serviço (1947, agosto), *Guia Oficial dos CTT*, (73), pp. VI-X.
- O império da publicidade (1919, agosto 28), *A Capital*, (3208), p. 2.
- O jornal e o público (1914, setembro, 21), *A Capital*, (1487), p. 1.
- O Máscara Negro (1920, dezembro, 28), “Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou a sanguessuga nacional. Intenção, declaração e apresentação do articulista”, *O Tempo*, (383), p. 1.
- O ministro do interior convocou os representantes dos jornais diários (1926, junho, 22), *Diário de Lisboa*, (1598), p. 8.
- O momento político. Cumprimentos ao governo (1924, dezembro, 7), *Diário de Notícias*, (21152), p. 2.
- O Natal e os Sindicatos dos Telefonistas (1938, janeiro), *Telefones*, (13), p. 10.
- O nosso telephone (1915, março, 23), *O Nacional*, (23), p. 1.
- O novo Rossio (1938, julho), *Telefones*, (19), p. 3.
- O pessoal dos telefones (1920a, janeiro, 24), *Diário de Notícias*, (19449), p. 2.
- O pessoal dos telefones (1920b, fevereiro, 8), *Diário de Notícias*, (19463), p. 2.
- O pessoal dos telefones (1920c, março, 26), *Diário de Notícias*, (19510), p. 3.
- O pessoal dos telefones declarou-se ontem em greve (1920, janeiro 15), *A Batalha*, (318), p. 1.
- O pessoal dos telefones e a razão que o levou à greve (1924, novembro, 11), *A Batalha*, (1831), p. 2.
- O pessoal dos telefones resolveu esperar até ao fim do mez pela satisfação das suas reclamações (1924, março, 8), *O Século*, (15108), p. 2.
- O pessoal dos telefones vai para a greve? Vai, se dentro de um mez não forem atendidas as suas reclamações afirma-nos um membro da comissão de melhoramentos (1924, junho, 4), *A Tarde*, (251), p. n.d.
- O problema da remodelação telefónica. O regime das chamadas. A quem aproveita? Quem se lhe opõe? (1928, janeiro, 20), *A Voz Pública*, (507), p. 1.
- O problema do momento. As tarifas telefónicas. Devem ou não ser alteradas de modo a permitir a divulgação do telephone? (1924, novembro, 29), *Diário de Notícias*, (21145), p. 3.

- O problema dos telefones. O novo regime por chamadas. Como o justifica o director da Companhia (1928a, janeiro, 15), *O Século*, (16471), p. 2.
- O problema dos telefones. O novo regime das chamadas (1928b, janeiro, 19), *O Século*, (16475), p. 2.
- O progresso em marcha. A Companhia dos Telefones. Os seus serviços em Lisboa e Porto (1923, abril, 3), *O Radical*, (788), p. 1.
- O que é e o que vale a Companhia dos Telefones de Lisboa. Sempre melhorando o serviço público (1926, abril, 13), *O Radical*, (1583), p. 1.
- O que se exige do empregado que atende o público (1946, fevereiro), *Guia Oficial dos CTT*, (55), p. XII.
- O representante... (1925, março, 22), *O Libertador*, (57), p. 2.
- «O Século» e o relato do encontro (1928, março, 19), *O Século*, (16533), p. 5.
- O serviço dos telefones (1917, maio, 21), *Diário de Notícias*, (18512), p. 2.
- O serviço dos telefones (1919a, janeiro, 17), *O Século*, (13325), p. 2.
- O serviço dos telefones (1919b, julho, 16), *Diário de Notícias*, (19262), p. 2.
- O serviço dos telefones. 'O Século' abre uma subscrição para as empregadas (1917, dezembro, 9), *O Século* [ed. da noite], (1132), p. 1
- O serviço dos telefones – Uma subscrição malograda, que redundava em benefício dos pobres (1926, dezembro, 21), *Diário de Notícias*, (21880), p. 1.
- O serviço dos telephones durante a revolução. Heroísmo e... fome – Depoimentos interessantes – Uma visita à estação central – Ver para crer... (1917c, dezembro, 13), *O Dia*, (1394), pp. 1-2.
- O serviço é bem feito? (1915, julho 2), *República*, (1607), p. 1.
- O serviço telefónico (1915, dezembro, 5), *Diário de Notícias*, (17987), p. 3.
- O serviço telefónico (1916, janeiro, 4), *O Século*, (12238), p. 2.
- O serviço telefónico (1919a, julho, 4), *Diário de Notícias*, (19250), p. 3.
- O serviço telefónico (1919b, julho, 13), *O Século*, (13485), p. 1.
- O serviço telefónico (1919c, julho, 16), *O Século*, (13488), p. 2.
- O serviço telefónico (1919d, outubro, 27), *Diário de Notícias*, (19363), p. 2.
- O serviço telefónico (1924, agosto, 8), *Diário de Notícias*, (21033), p. 3.
- O Serviço telefónico. Uma forma de o tornar perfeito e barato (1919, setembro, 113), *A Vitória*, (137), p. 1.
- O serviço telephonico em Lisboa (1914, outubro 23), *A Capital*, (1518), p. 1.
- O serviço telephonico em Lisboa (1917, junho 12), *A Capital*, (2452), p. 2.
- O sr. ministro do Comércio... (1924, agosto, 31), *Diário de Notícias*, (21056), p. 1.
- O sr. ministro do Comércio faz testamento (1924, novembro, 22), *O Século*, (15365), p. 1.
- O suplício dos telefones (1922, abril, 15), *Diário da Noite*, (65), p. 4.
- O Telefone (1919, janeiro, 8), *O Século*, (13316), p. 1.
- O Telefone de Lisboa-Porto (1913, janeiro, 19), *Diário de Notícias*, (16950), p. 1.
- O telephone (1923, abril, 16), *Correio da Manhã*, (711), p. 1.
- Os abusos da Moagem e da panificação. Em abril acabará o pão político, declara-nos o sr. Ministro da agricultura que espera melhorar a situação com o projecto de lei que o Parlamento deve aprovar (1922, março, 22), *O Século* [ed. da noite], (2548), p. 1.
- Os cartazes da A.P.T. (1938, maio), *Telefones*, (17), p. 13.

- Os CTT e a Imprensa (1946, setembro), *Guia Oficial dos CTT*, (62), pp. I-II.
- Os CTT e o público (1946, fevereiro), *Guia Oficial dos CTT*, (55), p. I.
- Os CTT e o público vistos pelo chefe de serviços Francisco Pedro da Silva (1949, julho), *Guia Oficial dos CTT*, (96), pp. V e X.
- Os empregados e os accionistas (1938, agosto), *Telefones*, (20), pp. 2 e 10.
- Os escritores falam do que escrevem. Armando Ferreira (1968, maio, 9), *Diário de Notícias*, (36701) [supl. Artes e Letras, n.º 688], pp. 17-18.
- Os nossos colaboradores (1925, janeiro 18), *O Domingo Ilustrado*, (1), p. 5.
- Os “óptimos” serviços da Companhia dos Telefones (1922a, fevereiro, 5), *A Imprensa da Manhã*, (208), p. 1.
- Os “óptimos” serviços da Companhia dos Telefones (1922b, fevereiro, 9), *A Imprensa da Manhã*, (211), p. 1.
- Os serviços dos telefones (1918, agosto, 6), *Diário de Notícias*, (18940), p. 1.
- Os serviços dos telefones. Fala-se das instalações e dos serviços – Um trabalho extenuante que é a coroa dum martírio! (1922c, julho, 25), *O Radical*, (588), p. 1
- Os serviços dos telefones têm melhorado muito e serão, em breve, modelares (1922a, julho, 19), *O Radical*, (583), p. 1
- Os serviços dos telefones. Uma visita à estação Norte – Digam lá o que disserem, as instalações são modelares (1922b, julho, 24), *O Radical*, (586), p. 1
- Os Serviços Informativos Telefónicos (1937, dezembro), *Telefones*, (12), p. 6.
- Os serviços telefónicos (1919, outubro, 10), *O Século* (13568), p. 2.
- Os serviços telefónicos de Lisboa e Porto (1923, abril, 1), *O Século* (14773), p. 5.
- Os serviços telefónicos em Lisboa (1920, dezembro, 21), *O Século* (14003), p. 2.
- Os srs. Eng.º Armando Ferreira e Angelino Ferreira que exerceram, respectivamente, as funções de Secretário Geral – Chefe da Repartição de Relações com o Público e Chefe da Repartição de Cabos foram homenageados num almoço que lhes foi dedicado (1958, julho), *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (87), p. 2.
- Os telefones (1917, março, 13), *O Mundo*, (5988), p. 1.
- Os telefones (1917a, outubro, 18), *O Século* [ed. da noite], (1082), p. 1.
- Os telefones (1917b, outubro, 25), *O Século* [ed. da noite], (1090), p. 1.
- Os telefones (1917c, outubro, 31), *O Século* [ed. da noite], (1095), p. 1.
- Os telefones (1918, julho, 15), *Diário Nacional*, (624), p. 1.
- Os telefones (1919a, março, 24), *O Século*, (13390), p. 2.
- Os telefones (1919b, junho, 5), *O Século*, (13462), p. 1.
- Os telefones (1921a, março, 5), *A Pátria*, (233), p. 1.
- Os telefones (1921b, outubro, 12), *O Século* [ed. da noite], (2391), p. 1.
- Os telefones (1922a, janeiro, 31), *A Imprensa da Manhã*, (204), p. 1.
- Os telefones (1922b, dezembro, 20), *A Pátria*, (770), p. 2.
- Os telefones (1924a, abril, 13), *O Libertador*, (8), p. 3.
- Os telefones (1924b, novembro, 30), *O Século*, (15373), p. 1.
- Os telefones (1924c, novembro, 22), *O Radical*, (1191), p. 1.
- Os telefones (1927, maio, 23), *Diário de Notícias*, (22025), p. 1.
- Os Telefones (1928, fevereiro, 1), *A Situação*, (288), p. 6.

- Os telefones. A adopção do 'tarifamento por chamadas'. O que diz a tal respeito o gerente da Companhia (1928, janeiro, 12), *O Primeiro de Janeiro*, (10), pp. 1 e 2.
- Os telefones. 'A Situação' mantém seus pontos de vista sobre o assunto (1928, janeiro, 24), *A Situação*, (282), p. 5.
- Os telefones. Algumas considerações (1928, janeiro, 12), *Jornal de Notícias*, (10), p. 2.
- Os telefones. Alterações das tarifas (1925, abril, 1), *A Época*, (2047), p. 4.
- Os telefones de Lisboa não falam! (1915, abril, 6), *O Jornal*, (3), s.p. [este n.º não existe na BNP].
- Os telefones e o pretendido sistema das chamadas (1924, agosto, 25), *Diário de Notícias*, (21050), p. 1.
- Os telefones em Lisboa (1919, agosto, 12), *O Século*, (13515), p. 2.
- Os telefones... fala o comércio. As reclamações da Associação de Lojistas ao governo datam de há quatro anos (1917, outubro, 26), *O Século* [ed. da noite], (1091), p. 1
- Os telefones. Já em setembro os directores da Companhia anunciavam aos accionistas a proximidade de lucros consideráveis... (1928, janeiro, 21), *A Situação*, (280), p. 5.
- Os Telefones. O contracto que a Companhia pretende é inaceitável, afirma-nos Roque da Fonseca (1928, janeiro, 17), *Diário de Lisboa*, (2078), p. 1.
- Os telefones. O novo decreto. «O Século» e as forças económicas (1924a, novembro, 26), *O Radical*, (1194), p. 1.
- Os Telefones. O novo decreto. "O Século" e as forças económicas (1924b, novembro, 22), *O Radical*, (1191), p. 1.
- Os telefones. Os Serviços ultra-urbanos (1920, abril, 7), *Diário de Notícias*, (19522), p. 1.
- Os telephones (1915, setembro, 3), *O Paiz*, (2741), p. 1.
- Os telephones (1918a, julho 6), *Diário Nacional* (615), p. 1.
- Os telephones (1918b, julho 12), *Diário Nacional* (621), p. 1.
- Os telephones (1918c, julho, 13), *O Dia*, (1570), p. 1.
- Os telephones (1918d, julho, 17), *O Dia*, (1573), p. 1.
- Os telephones (1919a, janeiro 10), *Diário Nacional* (793), p. 2.
- Os telephones (1919b, julho 12), *A Capital*, (3161), p. 2.
- Os telephones (1924, agosto, 18), *Correio da Manhã*, (1179), p. 1.
- Os telephones: urge remodelar os seus serviços (1919, julho 11), *A Capital* (3160), p. 1.
- Oeckl, A. (1964), *Handbuch der Public relations: Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt* [Livro das Relações Públicas: Teoria e Prática na Alemanha e no Mundo], München, Süddeutscher Verlag.
- Oeckl, A. (1993a), "Geschichte der Public Relations" [História das Relações Públicas], em D. Pflaum e W. Piepet (Eds), *Lexikon der Public Relations* [Enciclopédia de Relações Públicas] (2nd edn), Landsberg/Lech, Verlag Moderne Industrie.
- Oeckl, A. (1993b), "Anfänge und Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit" [Inícios e Desenvolvimentos das Relações Públicas], em H. Fischer e U. Wahl (Eds.), *Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit: Geschichte, Grundlagen, Grenzziehungen* [História, Princípios, Limites], Frankfurt, Peter Lang Verlag.
- Olasky, Marvin N. (1987), *Corporate Public Relations: A new historical perspective*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.

- Olasky, Marvin N. (1989), "The aborted debate within public relations: An approach through Kuhn's paradigm", em J. E. Grunig and L. A. Grunig (Eds.), *Public Relations Research Annual (Vol. 1)*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Oliveira, Maurício de (1939, junho 17), "Uma entrevista oportuna. Bernardino Correia ilustre presidente do Conselho de Administração da Companhia Colonial de Navegação fala à «Revista da Marinha»", *Revista de Marinha*, (50), pp. 5-15.
- Oliveira, Maurício de (1973), *Diário de um jornalista*, Lisboa, Ed. de autor.
- Onde estarão ellas? (1919, junho, 18), *Os Ridículos*, (1404), p. 2.
- Onde estarão elas? (1919, junho 16), *Diário de Notícias*, (19248), p. 1.
- Ontem houve reunião do conselho de ministros (1924, novembro 28), *Diário de Lisboa*, (1120), p. 8.
- Ordem de Serviço n.º 655, de 29 de janeiro. *Boletim Oficial dos CTT*, n.º 97 (1937, janeiro).
- Ordem de Serviço n.º 671, de 5 de abril. *Boletim Oficial dos CTT*, n.º 100 (1937, abril).
- Ouçã o público o que diz a Companhia de Telefone (1919, abril, 7), *O Século*, (13404), p. 2.
- Outro Panamá doce. Um escândalo monumental! Os açucareiros e o ministro da agricultura. Uma dádiva de alguns milhares de contos (1921, dezembro, 3), *O Tempo*, (631), pp. 1-2.
- Pagani, Pedro Tito (1938, abril), "A A.P.T. na Grande Guerra", *Telefones*, (16), p. 2.
- Para a história do açúcar. O director d'O TEMPO condenado à morte por defender o povo contra os açambarcadores (1921, dezembro, 6), *O Tempo*, (634), pp. 1-2.
- Para comerciantes e industriais ponderarem (1933, junho, 27), *Diário de Notícias*, (24210), p. 11.
- Para o público e pelo público (1944, abril), *Guia Oficial dos CTT*, (33), p. III.
- Pato, Anabela (2009), *O Papel do Relações Públicas na Sociedade Contemporânea. Nascimento, percurso e futuro da actividade*, Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, Coimbra, FLUC.
- Patriarca, Fátima (1995a), *A questão social no Salazarismo. 1930-1947. (Vol. I)*, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Patriarca, Fátima (1995b), *A questão social no Salazarismo. 1930-1947. (Vol. II)*, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Paulo, Heloísa (1994), *Estado Novo e Propaganda em Portugal e no Brasil: o SPN/SNI e o DIP*, Coimbra, Livraria Minerva.
- Pauwels, Luc e Baldwin Van Gorp (2004), "Belgium", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Pearson, Ron (1990), "Perspectives on Public Relations History", *Public Relations Review*, 16, (3), pp.27-38.
- Pearson, Ron (1992), "Perspectives on Public Relations History", em Elizabeth L. Toth e Robert L. Heath (orgs.), *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Pedido de exoneração (1919, fevereiro, 28), *Diário de Notícias*, (19140), p. 2.
- Pedras do Rocio... (1924, abril), *A Publicidade Moderna*, (1), pp. 1-2.
- Peixoto, Luís M. P. B. (1870), *Almanach da Agência Primitiva de Anúncios para 1871*, Lisboa, Agência Primitiva de Anúncios.
- Peixoto, Luís M. P. B. (1873), *Almanach da Agência Primitiva de Anúncios para 1874*, Lisboa, Agência Primitiva de Anúncios.

- Pela T.S.F. Lisboa inaugurou esta tarde a ligação com Londres (1926, dezembro, 15), *Diário de Lisboa*, (1747), p. 8.
- Pelo Ministério do Comércio... (1928, fevereiro, 19), *O Século*, (16505), p. 6.
- Pereda, I. G. (2011), *Mário de Azevedo Gomes, 1885-1965: Mestre da Silvicultura Portuguesa*, Sintra: Parques de Sintra-Monte da Lua.
- Pereira, A. X. da Silva (1895), *O jornalismo português*, Lisboa, Tipografia Soares.
- Pereira, A. Araújo (1942), *Técnica da publicidade*, Lisboa, Cosmos.
- Pereira, Carlos Veiga (1986, março, 28), "120 anos de história ao telex", *Expresso* [supl. *A Revista*], (700), pp. 41-44.
- Pereira, Consiglieri Sá (1924), *A Noite Sangrenta*, Lisboa, Aillaud e Bertrand.
- Pereira, David (2009), "A sociedade", em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 79-92.
- Pereira, Joana Dias (2009), "A ofensiva operária", em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 421-440.
- Pereira, Joana Dias (2011), "As comunidades industriais no alvorecer do associativismo operário português", em R. Varela, R. Noronha e J. D. Pereira (Coords.), *Greves e Conflitos Sociais em Portugal no Século XX*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 73-83.
- Pereira, Miriam Halpern (1999), "As origens do Estado-Providência em Portugal: as novas fronteiras entre público e privado" em N. S. Teixeira e A. C. Pinto (Eds.), *A Primeira República Portuguesa. Entre o liberalismo e o autoritarismo*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 47-76.
- Pereira, Sandra C. M. (2010), *Comunicação organizacional eficaz e tecnologias da informação e da comunicação: estudo comparativo em empresas inovadoras em Portugal*, Tese de Doutoramento em Sociologia da Comunicação, Lisboa, ISCTE.
- Pereira, Teresa Sancha (1997), *Manuel Martins da Hora. Publicitário. 1896-1981*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa.
- Pereira, Teresa Sancha (2007), *Armando Ferreira. Escritor. 1893-1968*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa.
- Pessoal da Companhia dos Telefones (1919a, abril, 30), *O Século*, (13427), p. 2.
- Pessoal da Companhia dos Telefones (1919b, maio, 5), *O Século*, (13431), p. 3.
- Pessoal dos telefones (1919, maio, 1), *Diário de Notícias*, (19202), p. 2.
- Pessoal dos telefones. Declarou-se hontem em grève, devendo esta durar alguns dias (1924, novembro, 11), *O Século*, (15354), p. 3.
- Pessoal telefónico (1919, novembro 7), *A Capital*, (3368), p. 1.
- Pieczka, M. (1995, Julho), "Symmetry in communication and public relations", comunicação apresentada no *Second International Public Relations Symposium*, Bled, Eslovénia.
- Pieczka, M. (1996a), "Paradigms, Systems Theory and Public Relations", em J. L'Etang and M. Pieczka (Eds.), *Critical Perspectives in Public Relations*, London, International Thomson Business Press.
- Pieczka, M. (1996b), "Public opinion and Public Relations", em J. L'Etang and M. Pieczka (Eds.), *Critical Perspectives in Public Relations*, London, International Thomson Business Press.
- Pieczka, M. e Jacquie L'Etang (2006), "Public Relations and que question of professionalism", em J. L'Etang e M. Pieczka (Eds.), *Public Relations: Critical debates and contemporary practice*, New York, Lawrence Erlbaum.

- Pierson, P. (2004), *Politics in Time: History, Institutions, and Social Analysis*, Princeton NJ, Princeton University Press.
- Pietilä, Jyrki (1987), “Neljä etappia, viisi epookkia: eli suomalaisen tiedotuksen vuosikymmenet” [Quatro etapas, cinco épocas. Os decénios das RP Finlandesas], *Tiedottaja* (5-6) [sem indicação do número de páginas na referência bibliográfica consultada (Lehtonen, 2004)].
- Pimlott, J. A. R. (1951), *Public relations and American Democracy*, Princeton, Princeton University Press.
- Pinkleton, B. (1994), “The Campaign of the Committee on Public Information: Its Contributions to the History and Evolution of Public Relations”, *Journal of Public Relations Research*, 6, (4), pp. 229-240.
- Pinto, Ana Catarina (2009), “Nova estratégia para a República”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 411-419.
- Pinto, António Costa (1999), “A queda da Primeira República” em N. S. Teixeira e A. C. Pinto (Eds.), *A Primeira República Portuguesa. Entre o liberalismo e o autoritarismo*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 25-44.
- Pinto, Cândido Costa (1941, setembro), “Consciência da publicidade”, *Panorama*, 1, (4), pp. 19-20.
- Pinto, Mário (2010), “A teorização do jornalismo em Portugal: Estado Novo - 1ª parte (de 29 de Maio de 1926 a Maio de 1958)”, em Jorge Pedro Sousa (Coord.), *O Pensamento Jornalístico Português: Das Origens a Abril de 1974*, Covilhã, LabCom, pp. 192-352.
- Pires, João F. (1947, abril-junho), “A importância da informação como elemento da exploração comercial”, *Boletim da CP*, (214 a 216), pp. 59-60.
- Pompper, Donnaly (2005), “Game theory”, em Robert L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of Public Relations, Vol. 1*, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Ponder, S. (1990), “Progressive Drive to Shape Public Opinion: 1898-1913”, *Public Relations Review*, 16 (3), pp. 94–104.
- Pope, W. G. T. (1937, agosto), “Ontem e hoje”, *Telefones*, (8), p. 2.
- Por terras do Brasil. O telefone (1923, setembro, 8), *O Século*, (14832), p. 1.
- Por um dever de lealdade... (1924, novembro 27), *Diário de Lisboa*, (1119), p. 1.
- Porque é que a vida está cara. Como algumas empresas ocultam os ganhos, aumentam o capital e lesam o tesouro. O que nos disse o sr. Pereira Osório, presidente do Senado, sobre os lucros fabulosos de certas indústrias (1922, março, 26), *O Século* [ed. da noite], (2552), p. 1.
- Porque é que as “meninas” dos telefones não podem casar? (1926, setembro, 2), *A Tarde*, (922), pp. 1 e 4.
- Porque é que em Lisboa não há ‘Telefones’ para toda a gente, ao alcance de todas as bolsas? (1924, abril, 10), *O Radical*, (1081), p. 1.
- Porque não funcionam normalmente os telefones? Porque o pessoal, julgando-se mal pago declarou a greve surda (1922, fevereiro, 25), *O Século* [ed. da noite] (2523), p. 1.
- Porque se faz e como se faz propaganda e publicidade dos serviços dos CTT (1950, junho), *Guia Oficial dos CTT*, (107), pp. I-II.
- Porto, Angélica (1926), “Memória da Secção de Moral do Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas ao Congresso Abolicionista”, em Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas, *Teses abolicionistas enviadas pelo Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas ao primeiro Congresso Nacional Abolicionista*, Lisboa, s.n.
- Portugal Previdente (1941, abril, 2), *Diário de Lisboa*, (6594), p. 5.

- Portugal, José Guilherme de Mello (1941), *O estado de necessidade em direito penal*, Tese de licenciatura em Direito, Lisboa, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa.
- Portugal, José Guilherme de Mello (1948), *Alguns aspectos das relações com o público*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Portugal, José Guilherme de Mello (1952, Natal), "Viajando dentro da Companhia. Divisão Comercial. Repartição de Expediente e Contratos. Contencioso e Lista", *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (20), pp. 7 e 9.
- Portugueses no Brasil (1914, maio, 18), *A Capital*, (1361), p. 1.
- Príncipe, César (1979), *Os segredos da Censura*, Lisboa, Caminho.
- Propaganda Ferroviária. (1947, abril-junho), *Boletim da CP*, (250), pp. 18-19.
- Prova-se que o jornal 'O Século' tendo recebido 6 contos para defender a regulamentação do jogo, não só a não defendeu nunca, como vem agora atacá-la, porque QUERIA MAIS DINHEIRO! (1921, agosto, 6), *O Tempo*, (548), p. 1.
- Providências! Providências! (1922, outubro, 5), *O Mundo*, (7509), p. 1.
- Public Relations (1951, março/abril), *Revista Shell*, (282), p. 2.
- Public Relations Society of America (s.a.). Disponível em: <http://www.prsa.org/all-about-pr/>
- Puchan, Heike (2006), "An Intellectual History of German Public Relations", em Jacquie L'Etang e Magda Pieczka (orgs.), *Public Relations. Critical Debates and Contemporary Practice*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Quando é que Lisboa gozará das vantagens da civilização moderna tendo ao alcance dos seus cidadãos os resultados das ciências, das descobertas, das invenções modernas? (1924, fevereiro 15), *A Capital*, (4550), p. 1.
- Quando se restabelece o serviço telefónico? (1920, janeiro 27), *A Capital*, (3446), p. 1.
- Quanto a auxílios particulares? (1924, agosto, 13), *O Século*, (15285), p. 1.
- Que número deseja? (1917, junho 10), *A Capital*, (2450), p. 2.
- Raaz, Oliver e Stefan Wehmeier (2011a), "Histories of Public Relations: Comparing the Historiography of British, German and US Public Relations", *Journal of Communication Management*, 15 (3), pp. 256–275.
- Raaz, Oliver e Stefan Wehmeier (2011b), "Unsichere PR-Geschichte: PR-Historiographien im systematischen Vergleich", *Medien & Zeit*, 26 (1), pp. 6-15.
- Rafael, Gina Guedes e Manuela Santos (2001) (orgs.), *Jornais e revistas portuguesas do século XIX*, Lisboa, Ministério da Cultura.
- Ramos, Jorge (1911), *Os três pilares da República: Separação, Economia, Moralidade*, Lisboa, Imprensa de Manuel Lucas Torres.
- Ramos do Ó, Jorge (1999), *Os anos de Ferro: o dispositivo cultural durante a "política do espírito", 1933-1949: ideologia, instituições, agentes e práticas*, Lisboa, Estampa.
- Raucher, A. (1968), *Public Relations and Business, 1900-1929*, Baltimore, The Johns Hopkins Press.
- Reclamação justa (1923, novembro, 23), *O Século*, (15007), p. 2.
- Recomendável... (1924, novembro, 28), *O Século*, (15371), p. 1.
- Rede telefónica num comboio (1937, maio), *Telefones*, (5), p. 7.
- Redes telefónicas públicas. O novo contrato entre o Governo e a The Anglo Portuguese Company Telephone Limited (1928, janeiro, 12), *O Século*, (16468), p. 9.

- Referências pessoais (1937, outubro), *Telefones: Boletim Mensal da APT*, (10), p. 15.
- Reis, António (2009), “Epílogo: o fim da Primeira República”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 569-582.
- Reorganização de serviços: Dr. Élio Cardoso encarregado das Relações Públicas da Companhia (1967, abril), *Boletim da CP*, (454), p. 28.
- Reynolds, Siân (2012), *Marriage and Revolution: Monsieur and Madame Roland*, Oxford, Oxford University Press.
- Ribeiro, M. Félix (1973), *Invicta Film, uma organização modelar: seu nascimento e ocaso*, Lisboa, Secretaria de Estado da Informação e Turismo/Cinemateca Nacional.
- Ribeiro, Juliano (1941), *Montras: Interview com Raúl de Caldevilla*, Porto, [Typ. Modesta].
- Ribeiro, Nelson (2005), *A Emissora Nacional nos primeiros anos do Estado Novo, 1933-1945*, Lisboa, Quimera.
- Rocha, A. Silva (1938, outubro), “Do Porto - I”, *Telefones*, (22), p.14.
- Rodrigues, Paulo Madeira (1979), *Tesouro da caricatura portuguesa (1856-1926)*, Lisboa, Círculo de Editores.
- Rodríguez, Alberto Pena (1996), “História do jornalismo português”, em Alejandro Pizarroso Quintero (Coord.), *História da imprensa*, Lisboa, Planeta, pp. 351-368
- Rodrigues, Ana Maria (2002a), “As crises e os protestos d’O Século”, em J. V. Serrão, *Pelos séculos d’O Século*, Lisboa, IAN/TT, p. 99.
- Rodrigues, Ana Maria (2002b), “As guerras d’O Século”, em J. V. Serrão, *Pelos séculos d’O Século*, Lisboa, IAN/TT, pp. 111-113.
- Rogojinaru, Adela (2009), “Challenges of Revised Democracies: The Rise of Public Relations in Romania”, em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Rogojinaru, Adela (2014), “Romania”, em Tom Watson (Ed.), *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Roiz, M. (1994), *Técnicas modernas de persuasión*, Madrid, Eudema.
- Rollo, Maria Fernanda (1994), “Portugal e o Plano Marshall: história de uma adesão a contragosto (1947-1952)”, *Análise Social*, XXIX, (128), pp. 841-869.
- Rollo, Maria Fernanda (2009a), “Economia e inovação: derivações em cenário de crise”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 523-534.
- Rollo, Maria Fernanda (2009b), *História das Telecomunicações em Portugal. Da Direcção Geral dos Telégrafos do Reino à Portugal Telecom*, Lisboa, Tinta da China.
- Rollo, Maria Fernanda, e Ana Paula Pires (2011), *O Plano de 1937 e a Modernização dos CTT*, Lisboa, Fundação Portugal Telecom.
- Romão, Marta Nunes (2015), *O Papel das emoções na relação entre uma organização e os seus clientes*, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação: Comunicação, Organização e Liderança, Lisboa, FCH/UCP.
- Rosas, Fernando (1994a), “A indústria «nacional»”, em José Mattoso (Ed.), *O Estado Novo (1926-1974). História de Portugal, vol. VII*, Lisboa, Editorial Estampa, pp.61-99.
- Rosas, Fernando (1994b), “Quem manda?””, em José Mattoso (Ed.), *O Estado Novo (1926-1974). História de Portugal, vol. VII*, Lisboa, Editorial Estampa, pp. 111-117.

- Rosas, Fernando (1994c), “Da Ditadura Militar ao Estado Novo: a «longa marcha» de Salazar””, em José Mattoso (Ed.), *O Estado Novo (1926-1974). História de Portugal, vol. VII*, Lisboa, Editorial Estampa, pp.151-241.
- Rosas, Fernando (1994d), “O Estado Novo nos anos 30”, em José Mattoso (Ed.), *O Estado Novo (1926-1974). História de Portugal, vol. VII*, Lisboa, Editorial Estampa, pp. 243-299.
- Rosas, Fernando (1994e), “Sob os ventos da guerra: a primeira crise séria do regime (1940-1949)”, em José Mattoso (Ed.), *O Estado Novo (1926-1974). História de Portugal, vol. VII*, Lisboa, Editorial Estampa, pp. 300-415.
- Rosas, Fernando (2009), “A República do pós-guerra”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 409-410.
- Rotman, M. B. e L. Gersaimo (2001), *Opportunities in Public Relations Careers*, Chicago, VGM Career Books.
- Röttger, Ulrike (2004), “Switzerland”, em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Rowlinson, Michael (2004), “Historical Analysis of Company Documents”, em Catherine Cassell e Gillian Symon, *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, London, Sage.
- Rühl, M. (1994), “Europäische Public Relations. Rationalität, Normativität und Faktizität” [Relações Públicas Europeias. Racionalidade, Normatividade e Factualidade], em W. Armbrrecht e U. Zabel (Eds.), *Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung* [Aspectos normativos das Relações Públicas. Questões e Perspectivas Básicas. Uma Introdução], Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Ruler, B. Van (2004), “The Netherlands”, em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Ruler, B. Van (2009), “Public Relations in the Polder: The Case of the Netherlands”, em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Ruler, B. van e Anne-Marie Cotton (2015), “Netherlands and Belgium”, em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Ruler, B. van e D. Verčič (2002), *The Bled Manifesto on Public Relations*, Ljubljana, Pristop Communications.
- Ruler, B. van e D. Verčič (Eds.) (2004a), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Ruler, B. van e D. Verčič (2004b), “Overview of Public Relations and Communication Management in Europe”, em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Sá, Luís e Manuela Rêgo (2011) (orgs.), *Jornais Republicanos: 1848-1926*, Lisboa, Biblioteca Nacional de Portugal.

- Sá, Salvador Correia de (1937, junho), “Os empregados da Companhia e o público”, *Telefones*, (6), p.11.
- Sá, Vitor de (1991), *Roteiro da imprensa operária e sindical: 1836-1986*, Lisboa, Caminho.
- Sabino David: 56 anos ao serviço (1978, junho/julho), *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal dos Telefones*, (313), pp. 6-7.
- Salcedo, N. Rodriguez (2008), “Public relations before ‘public relations’ in Spain: an early history (1881-1960)”, *Journal of Communication Management*, 12, (4), pp. 279-293.
- Salcedo, N. Rodriguez (2011), “Corrientes Historiográficas de las Relaciones Públicas: la Historia de una Profesión en Entredicho”, *Observatorio (OBS\*) Journal*, 5, (4), pp. 257-290.
- Salcedo, N. Rodriguez (2012), “Mapping public relations in Europe: Writing national histories against the US paradigm”, *Comunicación y Sociedad*, XXV, (2), pp. 331-374.
- Salcedo, N. Rodriguez e Jordi Xifra (2015), “Spain”, em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Samara, Maria Alice (2009a), “O republicanismo”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 61-77.
- Samara, Maria Alice (2009b), “A questão social: à espera da «Nova Aurora»”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 149-167.
- Samara, Maria Alice e Tiago Baptista (2010), *Os Cartazes na Primeira República*, Lisboa, Tinta-da-China.
- Santos, Feliciano, (1923, novembro, 29), “Que número deseja?”, *ABC*, (176), pp. 12-13.
- Santos, João Moreira dos (1994, novembro), “Da informação à comunicação”, *Expansão*, (12), pp. 24-28.
- Santos, João Moreira dos (1995), *Imprensa Empresarial: Da Informação à Comunicação*, Porto, Edições ASA.
- Santos, João Moreira dos (1996a, maio/junho), “Passado e Presente. A Imprensa Empresarial em Portugal”, *Marketeer*, (3), pp. 28-32.
- Santos, João Moreira dos (1996b, julho/agosto), “A Imprensa Empresarial em Portugal”, *Dirigir*, (44), pp. 18-21.
- Santos, João Moreira dos (2003), *As primeiras manifestações de relações públicas em Portugal e respectivos modelos: O caso Anglo Portuguese Telephone & Co. Lda*, Tesina realizada no âmbito do doutoramento em Comunicação Institucional, Lisboa/Madrid, Universidade Autónoma de Lisboa/Universidade Complutense de Madrid.
- Santos, João Moreira dos (2014), “Imprensa empresarial no sector automóvel em Portugal: Génese, desenvolvimento e idiosincrasia diacrónica (1937-2012)”, *Comunicação Pública* (Online), 9, (15). Disponível em <http://cp.revues.org/665>
- Santos, João Moreira dos (2016), “Roots of Public Relations in Portugal: Changing an old paradigm”, *Public Relations Review*, 42, (5), pp. 792-800.
- Santos, Luís d’Albuquerque Couto dos (1947), *Do 29:225 ao 36:155*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Santos, Rogério (1988a, novembro), “Quando as «meninas dos telefones» não podiam casar”, *Jornal dos CTT e TLP*, (9), p. 23.
- Santos, Rogério (1988b, dezembro), “Cartazes da APT dos anos 30: uma estética inovadora”, *Jornal dos CTT e TLP*, (10), p. 20.

- Santos, Rogério (1992), *História das Telecomunicações em Portugal 1877-1990: Contributos para a sua compreensão*, Lisboa, TLP.
- Santos, Rogério (1999), *Olhos de Boneca: uma História das Telecomunicações (1880-1952)*, Lisboa, Colibri/Portugal Telecom.
- Santos, Rogério (2014), *A Rádio em Portugal: “Sempre no ar, sempre consigo” (1941-1968)*, Lisboa, Colibri.
- Saturnino, Óscar (1947), *Cooperação e Cooperação nos Serviços dos CTT*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Schönhagen, Philomen e Mike Meißner (2016), “The co-evolution of public relations and journalism: a first contribution to its systematic review”, *Public Relations Review*, Volume 42, Issue 5, pp. 748-758.
- Schudson, M. (c. 1978), *Discovering the news: a social history of American newspapers*, New York, Basic Books.
- Seib, Philip L. e Kathy Fitzpatrick (1995), *Public Relations Ethics*, Fort Worth, Harcourt Brace College Publishers.
- Seitel, Fraser P. (2007), *The Practice of Public Relations*, Upper Saddle River, Pearson.
- Seixas, Maria A. A. (2004), *Virgínia Quaresma (1882-1973): a primeira jornalista portuguesa*, Tese de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, Coimbra, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Sem comunicações (1920, janeiro 15), *Vitória*, (257), p. 2.
- Sequestrados do mundo! (1927, março, 27), *O Século*, (16182), p. 1.
- Serra, João B. (1999), “O sistema político da Primeira República” em N. S. Teixeira e A. C. Pinto (Eds.), *A Primeira República Portuguesa. Entre o liberalismo e o autoritarismo*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 109-129.
- Serra, João Bonifácio (2009), “A evolução política”, em F. Rosas e M. F. Rollo (Coords.), *História da Primeira República Portuguesa*, Lisboa, Tinta da China, pp. 93-128.
- Serrano, J. (1932, maio, 23), “Problemas citadinos. É urgente encarar e resolver sobre o abastecimento de água a Lisboa”, *Diário da Noite*, (97), p. 1.
- Serrão, Humberto (1948), *O que eu vi em 50 anos*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Serrão, Joaquim Veríssimo (1989), *História de Portugal. Vol. XI. A Primeira República (1910-1926)*, Lisboa, Editorial Verbo.
- Serviço de Telefones (1919, outubro, 19), *O Século*, (13582), p. 1.
- Serviço de Telefones (1925, novembro, 15), *O Rebate*, (1147), p. 2.
- Serviço telefónico (1919a, março, 6), *O Século*, (13372), p. 1.
- Serviço telefónico (1919b, maio, 3), *Diário de Notícias*, (19203), p. 3.
- Serviço telefónico (1919c, maio, 17), *O Século*, (13443), p. 1.
- Serviço telefónico (1919d, junho, 17), *O Século*, (13474), p. 1.
- Serviço telefónico em Lisboa (1915, abril, 1), *O Século*, (11984), p. 2.
- Serviço telefonista (1919, julho, 15), *O Século* (1688), p. 2.
- Serviços telefónicos (1915, janeiro, 16), *Diário de Notícias*, (17667), p. 1.
- Serviços telefónicos. Vamos ter telefones automáticos? (1919, novembro, 18), *Diário de Notícias*, (19385), p. 2.
- Sessões de cinema promovidas pela K.L.M. (1949, julho-agosto), *Shell News*, (273), p. 18.

- Sha, Bey-Ling (2007), "Dimensions of Public Relations: Moving beyond traditional Public Relations models", em Sandra C. Duhé (Ed.), *New Media and Public Relations*, New York, Peter Lang Publishing.
- Shannon, Claude E. e Warren Weaver (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, University of Illinois Press.
- Silva, Agostinho (1938, maio), "O que devia ser... mas não é!", *Telefones*, (11), p. 11.
- Silva, Domingos (1958, julho), "50 anos! – Uma vida ao serviço de uma empresa", *Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones*, (87), pp. 10-11.
- Silva, Francisco Pedro da (1949), *Os CTT e o Público, Informações e Reclamações*, Lisboa, Serviços Culturais dos CTT.
- Silva, Gabriel (2010), "A teorização do jornalismo em Portugal: I República (de 5 de Outubro de 1910 a 28 de Maio de 1926)", em Jorge Pedro Sousa (Coord.), *O Pensamento Jornalístico Português: Das Origens a Abril de 1974*, Covilhã, LabCom, pp. 177-192.
- Silveira, Miguel (2013), *O Aveirismo de Francisco Vale Guimarães*, Aveiro, Câmara Municipal de Aveiro.
- Simon, R. (1986), *Public Relations: Concepts and Practices* (4<sup>th</sup> ed.), New York, MacMillan.
- Sindicato Nacional dos Telefonistas e Ofícios Correlativos do Distrito de Lisboa (1934), *Estatutos*, Lisboa, Tip. Alfredo Paquete.
- Sindicato dos Telefonistas de Lisboa (1937, outubro), *Telefones*, (10), p. 14.
- Sindicato Único Metalúrgico (1919, novembro, 7), *A Batalha*, (252), p. 2.
- Sir Alexander Roger, K.C.I.E. (1951, julho-agosto), *Lisboa Carris*, (7), p. 4.
- Slosson, Edwin E. (1910), *Great American universities*, New York, Macmillan.
- Smythe, Dallas W. (1981), *Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood, Ablex.
- Soares, José Viegas (2011), "Apontamentos para uma história das Relações Públicas em Portugal", *Comunicação Pública*, 6, (10), pp. 95-115.
- Soares, José Viegas e António Marques Mendes (2004), "Portugal", em Betteke Van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Sob o terror! (1921, dezembro, 6), *O Tempo*, (634), p. 1.
- Sobreira, Rosa M. C. (2010), *Os profissionais da Comunicação Estratégica das organizações em Portugal. Em busca de identidade profissional e reconhecimento*, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação: Comunicação Institucional, Lisboa, FCSH/UNL.
- Solidariedade (1937, fevereiro), *Telefones*, (2), p. 2.
- Somerville, Ian e Andy Purcell (2011), "A history of Republican public relations in Northern Ireland from 'Bloody Sunday' to the 'Good Friday Agreement'", *Journal of Communication Management*, 15 (3), pp. 192–209.
- Sousa, Albano de (1926, agosto, 12), "O Banco emissor e a crise", *A Informação*, (27), p. 6.
- Souza, Fernando, (1928, janeiro 24), "A rede telefónica de Portugal", *A voz* (348), p. 1.
- Sousa, Jorge Pedro (2010), "Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974", disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>

- Sousa, Jorge Pedro (2011), "Eduardo Coelho, um inovador no jornalismo português oitocentista – o caso do *Diário de Notícias*", em Ana Cabrera (org.), *Jornais, Jornalistas e Jornalismo. Séculos XIX-XX*, Lisboa, Livros Horizonte, pp. 53-83.
- Sousa, Manuel Joaquim de (1931), *O Sindicalismo em Portugal: Esboço Histórico*, Lisboa, Comissão Escolar e Propaganda do Sindicato do Pessoal de Câmaras da Marinha Mercante Portuguesa.
- Sousa, Osvaldo Macedo de (1998), *História da arte da caricatura de imprensa em Portugal*, Lisboa, Humorgrafe, SECS.
- Sousa, Ribeiro de (1932, maio 4), "A publicidade pela imprensa", *O Jornal do Commercio e das Colónias*, (23507), p. 3.
- Sousa, J. M. e Lúcia Veloso (1987), *História da imprensa periódica portuguesa. Subsídios para uma bibliografia*, Coimbra, Biblioteca Geral da Universidade.
- Spatzier, Astrid (2015), "Austria", em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Sproule, J. M. (1997), *Propaganda and Democracy: The American Experience of Media and Mass Persuasion*, New York, Cambridge University Press.
- Sriramesh, Krishnamurthy (2009), "Introduction", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Sriramesh, Krishnamurthy e Dejan Verčič (Eds.) (2003), *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- Sriramesh, Krishnamurthy e Dejan Verčič (Eds.) (2009a), *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice (Expanded and Revised Edition)*, New York, Routledge.
- Sriramesh, Krishnamurthy e Dejan Verčič (2009b), "A Theoretical Framework for Global Public Relations Research and Practice", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Sriramesh, K. e Jon White (1992), "Societal Culture and Public Relations", em James E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Stacks, Don W. (2011), *Primer of Public Relations Research* (2<sup>nd</sup> ed.), New York, The Guilford Press.
- Stacks, Don W. e David Michaelson (2010), *A Practitioner's Guide to Public Relations Research, Measurement, and Evaluation*, New York, Business Expert.
- Stoker, K. e B. L. Rawlins (2005), "The 'Light' of Publicity in the Progressive Era", *Journalism History*, 30 (4), pp. 177-188.
- Stauber, J. e S. Rampton (2004), *Toxic Sludge is Good For You*, Robinson, London
- Stole, I. L. (2006), *Advertising on Trial: Consumer Activism and Corporate Public Relations in the 1930s*, Urbana, IL, University of Illinois Press.
- Szondi, György (2004), "Hungary", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Szondi, György (2009), "A Hungarian Rhapsody: The Evolution and Current State of Hungarian Public Relations", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.

- Szondi, György (2014), "Hungary", em Tom Watson (Ed.), *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Szyska, P. (1997) (Ed.), *Auf der Suche nach einer Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein* [À Procura de uma Identidade. A História das RP como Bloco de Construção para a Teoria das RP], Berlin, Vistas.
- Tampere, Kaja (2004), "Estonia", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Taxas telefónicas (1928, janeiro, 8), *Diário de Notícias*, (22251), p. 5.
- Tedlow, Richard S. (1979), *Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business. 1900-1950*, Greenwich, JAI.
- Telefones (1915, setembro, 4), *O Mundo*, (5442), p. 1.
- Telefones (1916a, julho, 16), *O Mundo*, (5753), p. 1.
- Telefones (1916b, julho, 24), *O Mundo*, (5761), p. 1.
- Telefones (1916c, agosto, 22), *O Mundo*, (5790), p. 1.
- Telefones (1916d, novembro, 11), *A Lucta* (3905), p.3.
- Telefones (1917, junho, 16), *O Mundo*, (6083), p. 2.
- Telefones (1918, janeiro, 20), *Diário de Notícias*, (18744), p. 1.
- Telefones (1919a, janeiro 1), *A Manhã*, (638), p. 3.
- Telefones (1919b, janeiro 4), *A Manhã*, (640), p. 1.
- Telefones (1924a, março, 30), *O Libertador*, (6), p. 1.
- Telefones (1924b, maio, 25), *O Libertador*, (14), p. 2.
- Telefones (1928a, janeiro, 18), *A Situação*, (277), p. 6.
- Telefones (1928b, janeiro, 19), *A Situação*, (278), p. 5.
- Telefones (1928c, janeiro, 28), *A Situação*, (286), p. 6.
- Telefones (1928d, fevereiro, 3), *Diário de Notícias*, (22276), p. 2.
- Telefones... (1932, maio, 16), *Diário da Noite*, (91), p. 1
- Telefones. Ainda a questão das tarifas (1932, maio, 27), *Diário da Noite*, (101), p. 4.
- Telefones. Ainda e sempre a ruinosa gerência da Companhia (1932, maio, 26), *Diário da Noite*, (100), p. 4.
- "Telefones" além-mar (1937, maio), *Telefones*, (5), p. 7.
- Telefones. As magníficas instalações da nova estação da Trindade – Lisboa dispõe hoje dum excelente serviço de comunicações telefónicas (1926, janeiro, 13), *O Radical*, (1511), p. 1.
- Telefones de Lisboa. O serviço é bem feito? O que declara o snr. R. W. Frazer, gerente da Companhia (1915, julho, 2), *República*, (1607), p.1.
- Telefones. Não é exacta a desculpa da Companhia baseada no número de telefones gratuitos agora concedidos aos funcionários (1928, janeiro, 20), *A Situação*, (279), p. 7.
- Telefones. O melhor serviço público de Lisboa – Magníficas instalações – Pessoal assíduo e inteligente (1927, janeiro, 12), *O Radical*, (1708), p. 1.
- Telefones. Tarifas por chamadas. Judiciosos reparos à entrevista que anteontem publicámos (1928, janeiro, 18), *A Voz*, (342), p. 1.
- Telefones. Um serviço horroroso que está pedindo a intervenção do Estado (1918, novembro, 28), *A Manhã*, (621), p. 1.

- Telefones. Uma encíclica humorística da firma Pope, Grant, Stilwel & C.<sup>a</sup>, Lda. (1932, abril, 29), *Diário da Noite*, (77), pp. 1 e 8.
- Telegramas de Boas Festas Via 'Eastern' (1927, dezembro, 16), *Diário de Lisboa*, (2051), p. 4.
- Telephones (1921, novembro, 26), *Jornal do Comércio*, (20325), p. 1.
- Telephones. A demora das ligações (1922, julho, 21), *Jornal do Comércio e Colónias*, (20523), p. 1.
- Telephones. Uma nova reclamação (1921, julho, 17), *Jornal do Comércio*, (20213), p. 1.
- Telephones. Uma visita à Estação Norte (1922, julho, 8), *Jornal do Comércio*, (20512), p. 1.
- Telephones. Seu funcionamento e tarifas (1922, abril, 19), *Jornal do Comércio e Colónias*, (20444), p. 1.
- Telephonistas... adversárias! (1916, outubro, 10), *Diário Nacional*, (47), p. 1.
- Tench, Ralph e Liz Yeomans (2006), *Exploring Public Relations*, 1<sup>st</sup> Ed., Harlow, Prentice Hall.
- Tengarrinha, José (1981), "As greves em Portugal: uma perspectiva histórica do século XVIII a 1920", *Análise Social*, XVII, (67-68), pp. 573-601.
- Tengarrinha, J. (2006), *Imprensa e opinião pública em Portugal*, Coimbra, Minerva.
- Teodoro, José Miguel de Jesus (2013), *A Confederação Geral do Trabalho (1919-1927)* [Vol. I], Tese de Doutoramento em História, Especialidade de História Contemporânea, Lisboa, FLUL.
- Thayer, Lee (1968), *Communication and Communication Systems*, Homewood, ill., Richard D. Irwin, Inc.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1915), *Termo do contracto definitivo celebrado entre o Governo Portuguez e The Anglo-Portuguese Telephone Company, para estabelecimento e exploração de redes telephonicas nas cidades de Lisboa e Porto, em 21 de junho de 1901*, Lisboa, Typografia do Anuário Comercial.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1919), *Relatório e Documentação. Apresentados pela The Anglo Portuguese Telephone Company Limit. Ao Governo Português em 12 de Maio de 1919, sobre uma projectada remodelação dos seus serviços e tarifas*, Lisboa, Centro Tipográfico Colonial.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1934a), *Relações com o Público (A Companhia, seu contracto e tarifas)*, Lisboa, APT.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1934b), *The Anglo-Portuguese Telephone C.º Ltd.*, Lisboa, APT.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1936), *Instruções gerais para a educação de propagandistas*, Lisboa, APT.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1937), *História breve da Companhia dos Telefones*, Lisboa, A.P.T.C.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1943a), *Regulamento da Caixa de Previdência do Pessoal da Companhia dos Telefones*, Lisboa, Centro Tipográfico Colonial.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1943b), *Regulamento Geral do Pessoal*, Lisboa, Centro Tipográfico Colonial.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1948), *Relações com o Público*, Lisboa, APT.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (1951), *Legislação sobre a Concessão da Companhia*, Lisboa, APT.
- The Anglo Portuguese Telephone, Co., Ltd. (ca. 1955), *Realizações da Companhia dos Telefones*, Lisboa, APT.

- Theofilou, Anastasios, (2015), "Greece", em Tom Watson (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Theofilou, Anastasios e Tom Watson (2014), "The History of Public Relations in Greece from 1950 to 1980: Professionalization of the «art»", *Public Relations Review*, 40, (4), pp. 700-706.
- Thomson, Oliver (2000), *Uma História da Propaganda*, Lisboa, Temas e Debates.
- Tkalac Verčič, Ana (2014), "Croatia", em Tom Watson (Ed.), *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Tojal, M. [Ed.], Abílio da Fonseca, Clementina Oliveira, Cristina Rebelo e Catarina Oliveira (2006), *Relações Públicas: o reconhecimento da profissão em Portugal*, Maia, Publismai.
- Tornar-se-á o baile da A.P.T. um assunto de relevo na vida mundana de Lisboa? (1937, fevereiro), *Telefones*, (2), p. 5.
- Toth, Elizabeth (1992), "The case for Pluralistic Studies of Public Relations: Rhetorical, Critical, and Systems Perspectives", em Elizabeth L. Toth, and R. L. Heath, (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations* (pp. 3-15), Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Toth, Elizabeth (2007), *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- Tornar-se-á o baile da A.P.T. um assunto de relevo na vida mundana de Lisboa? (1937, fevereiro), *Telefones*, (2), p. 5.
- Traço-Ponto-Traço-Ponto. A vida do cabo submarino. Carcavelos é um ponto nevrálgico do mundo. Como se transmitem os telegramas através dos abismos oceânicos (1939, junho, 10), *Diário de Lisboa*, (5944), p. 5.
- Traquina, Nelson, Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos (2001), *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa, Caminho.
- Trigueiros, Luís (1938, agosto), "A Escola das Telefonistas da A.P.T.!", *Telefones*, (20), p. 6.
- Tripeiro (1938, novembro), "Para a história da A.P.T. no Porto. Ferreira Borges há 22 anos", *Telefones*, (23), p. 6.
- Trotter, David (2013), *Literature in the First Media Age. Britain between the Wars*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Trujillo, N. e E. L. Toth (1987), "Organizational Perspectives for Public Relations Research and Practice", *Management Communication Quarterly*, 1, (2), pp. 199-281.
- Turk, Judy VanSlyke (1996), "Romania: From Publicitate Past to Public Relations Future", em Hugh M. Culbertson e Ni Chen (Eds.), *International Public Relations: a Comparative Analysis*, New Jersey, Lawrence Erlbaum.
- Tye, Larry (2002), *The father of spin: Edward L. Bernays and the birth of public relations*, New York, Picador.
- Tyma, Adam W. (2008), "Public Relations Through a New Lens – Critical Praxis via the «Excellence Theory»", *International Journal of Communication*, 2, pp. 193-205.
- Um assunto importante. As tarifas telefónicas em prol dos interesses do povo (1924, novembro, 29), *A Voz Pública*, (33), p. 2.
- Um exemplo de solidariedade. Reuniu-se, num almoço, a Secção de Expediente (1938, janeiro), *Telefones*, (13), p. 7.
- Um grande êxito do Diário de Notícias. O jogo de ontem na Praça dos Restauradores (1928, março, 12), *Diário de Notícias*, (22814), p. 1.

- Um grande êxito. A récita do pessoal dos Telefones no Politeama (1938, fevereiro), *Telefones*, (14), p. 11.
- Um grevista precursor (1917, setembro, 5), *Diário Nacional*, (330), p. 1.
- Um jornalista na Holanda (1948, março 27), *Rádio Nacional*, (557), pp. 16 e 17.
- Um negócio que se desfaz. Resolução acertada do sr. ministro do Comércio (1924, novembro, 29), *O Século*, (15372), p. 1.
- Um nome querido e popular nos dois países de língua portuguesa. Virgínia Quaresma fala-nos com emoção da sua actividade na Imprensa de Portugal e do Brasil (1933, dezembro, 29), *Diário Português*, (299), p. 2.
- Uma campanha (1928, janeiro, 16), *A Situação*, (275), p. 6.
- Uma campanha do 'Tempo'. A vida cara. Abaixo os açambarcadores (1921, dezembro, 8), *O Tempo*, (636), p. 2.
- Uma campanha patriótica. A Companhia dos Telefones esfolia os subscritores e passa-lhes atestados de malcriados e mal-educados (1932, maio, 19), *Diário da Noite*, (94), p. 4.
- Uma campanha patriótica. As mentirosas alegações da Companhia dos Telefones (1932, maio, 21), *Diário da Noite*, (96), p. 5.
- Uma campanha patriótica. Comentários a uma encíclica da Companhia dos Telefones e algumas perguntas oportunas (1932, maio, 18), *Diário da Noite*, (93), p. 5.
- Uma campanha patriótica. Prosseguindo na autópsia aos actos ruinosos da Companhia dos Telefones (1932, maio, 17), *Diário da Noite*, (92), p. 4.
- Uma campanha ruidosa (1921, abril, 18), *Jornal da Europa*, (30), p. 4.
- Uma entrevista com uma empregada telefonista. Como a Companhia dos telefones paga e trata o seu pessoal (1932, maio, 24), *Diário da Noite*, (98), pp. 4-5.
- Uma entrevista (1938, setembro), *Telefones*, (21), p. 7.
- Uma entrevista com Armando Ferreira (1944, outubro, 10), *O Século Ilustrado*, (353), p. 12.
- Uma experiência curiosa. O Lisboa-Madrid militar (1928, março, 19), *Diário de Notícias*, (22321), p. 1.
- Uma greve (1924, novembro, 12), *O Radical*, (1182), p. 1.
- Uma homenagem ao sr. Administrador Geral (1938, novembro), *Telefones*, (23), p. 5.
- Uma palestra de Armando Ferreira. 50 anos de telephonia (1932, maio, 12), *O Jornal do Comércio e das Colónias*, (23514), pp. 1-2.
- Uma questão de momento. A Anunciada greve do pessoal telefónico. O que nos disse o Secretário Geral da Companhia. Um Sistema novode tarifas (1924, agosto, 7), *A Época*, (1816), p. 6.
- Uma visita (1937, maio), *Telefones*, (5), p. 15.
- Vai declarar-se a guerra dos telefones? A Companhia diz que não mas as telefonistas dizem que sim (1922, julho 8), *A Capital*, (4125), p. 1.
- Vai haver telefones acessíveis a todas as bolsas? (1924, agosto 17), *Diário de Notícias*, (21042), p. 2.
- Vai ser remodelado o sistema de tarifas telefónicas (1924, agosto, 10), *O Século*, (15282), p. 2.
- Valentini, Chiara e Krishnamurthy Sriramesh (2014), "To be, or not to be: Paradoxes in strategic public relations in Italy", *Public Relations Review*, 40, (1), pp. 3-13.
- Valle, R. Beires (1937, julho), "O que é o serviço de informações", *Telefones*, (7), pp. 10-11.
- Vamos eleger 'Miss Telefones'? (1937, setembro), *Telefones*, (9), p. 5.

- Vamos ter um HINO da A.P.T.? (1937, dezembro), *Telefones*, (12), p. 10.
- Vargues, Isabel (2003), "A afirmação da profissão de jornalista em Portugal: um poder entre poderes?", *Revista de História das Ideias*, 24, pp. 157-175.
- Vasconcelos, João de (1948, set./out.), "Cinema Shell", *Revista Shell*, (267), p. 20.
- Velloso, Rodrigo (1911), *Barbosa Collen*, Famacião, Typ. Minerva.
- Verčič, Dejan (2004), "Slovenia", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Verčič, Dejan (2009), "Public Relations in a Corporativist Country: The Case of Slovenia", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook. Theory Research and Practice. Expanded and Revised Edition*, New York, Routledge.
- Verčič, Dejan (2011), "Public Relations: Contributions from Ljubljana", *Teorija in Praksa*, (6), pp. 46-58.
- Verčič, Dejan (2014), "Slovenia", em Tom Watson (Ed.), *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Verčič, Dejan, Larissa A. Grunig e James E. Grunig (1996), "Global and Specific Principles of Public Relations: Evidence from Slovenia", em Hugh M. Culbertson e Ni Chen (Eds.), *International Public Relations: A Comparative Analysis*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Vicente, António Pedro (1999), "República. Propaganda e iconografia" em N. S. Teixeira e A. C. Pinto (Eds.), *A Primeira República Portuguesa. Entre o liberalismo e o autoritarismo*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 214-222.
- Vida social (1937, outubro), *Telefones*, (10), p. 15.
- Vieira, António Lopes (1980), "Algumas questões sobre os transportes públicos da cidade de Lisboa nos finais do século XIX", *Análise Social*, XVI (61-62), pp. 71-84.
- Virgínia Quaresma (1917, maio, 9), *A Capital*, (2418), p. 1.
- Visitaram hoje o Diário de Lisboa... (1928, janeiro, 26), *Diário de Lisboa*, (2086), p. 1.
- Visita de estudo (1925, maio, 21), *O Século*, (15223), p. 2.
- Vos, T. P. (2011), "Explaining the origins of public relations: Logics of historical explanation", *Journal of Public Relations Research*, 23, (2), pp. 119-140.
- Waeger, B. (1929), "The Electrotechnical Propaganda Courses in Sweden 1925 to 1927", *The L. M. Ericsson Review*, VI (1-3), pp. 28-30.
- Watson, Tom (2008), "Creating the cult of a saint: Communication strategies in 10th century England", *Public Relations Review*, 34 (1), pp. 19-24.
- Watson, Tom (2012), "A (Very Brief) History of Public Relations", *Communication Director*, (1), pp. 42-45.
- Watson, Tom (2013), "Keynote Paper", comunicação apresentada na *International History of Public Relations Conference*, Bournemouth University, 24 de Junho de 2013, Bournemouth, Inglaterra.
- Watson, Tom (2014a) (Ed.), *Asian Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Watson, Tom (2014b) (Ed.), *Eastern European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Watson, Tom (2014c) (Ed.), *Middle Eastern and African Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.

- Watson, Tom (2014d) (Ed.), *Latin American and Caribbean Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Watson, Tom (2014e), "Let's get dangerous – A Review of Current Scholarship in Public Relations History", *Public Relations Review*, 40, (5), pp. 874-877.
- Watson, Tom (2015a) (Ed.), *Western European Perspectives on the Development of Public Relations*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Watson, Tom (2015b) (Ed.), *Perspectives on Public Relations Historiography and Historical Theorization*, Basingstoke, Palgrave Pivot.
- Watson, Tom e Natalia Salcedo (2017), "The development of public relations in dictatorships — Southern and Eastern European perspectives from 1945 to 1990", *Public Relations Review*, 43, (2), pp. 375-381.
- Weinstein, Diogo (1983), "As Relações Públicas em Portugal", em AA.VV, *Relations Publiques Facteur de Communication Sociale*, Lisboa, Instituto de Novas Profissões.
- White, Jon, Jacquie L'Etang e Danny Moss (2009), "The United Kingdom: Advances in Practice in a Restless Kingdom", em Krishnamurthy Sriramesh e Dejan Verčič (Eds.), *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice (Expanded and Revised Edition)*, New York, Routledge.
- Wilcox, Dennis L. e G. T. Cameron (2006), *Public Relations: Strategies and Tactics* (8<sup>th</sup> edition), Boston, Pearson/Allyn and Bacon.
- Wilcox, Dennis L. e G. T. Cameron (2009), *Public Relations: Strategies and Tactics* (9<sup>th</sup> edition), Boston, Pearson/Allyn and Bacon.
- Wise, G. (1980), *American Historical Explanations: A Strategy for Grounded Inquiry*, Minneapolis, University of Minnesota.
- Xifra, Jordi (2008), "Modelos de las relaciones públicas políticas: Análisis de la situación en Cataluña", *Revista Latina de Comunicación Social*, (Online), 63, pp. 392-399. Disponível em [http://www.revistalatinacs.org/08/32\\_789\\_50\\_Girona/Jordi\\_Xifra.html](http://www.revistalatinacs.org/08/32_789_50_Girona/Jordi_Xifra.html)
- Xifra, Jordi e Maria-Rosa Collell (2014), "Medieval propaganda, longue durée and New History: Towards a nonlinear approach to the history of public relations", *Public Relations Review*, 40, (4), pp. 715-722.
- Yannas, Prodromos (2004), "Greece", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Yates, William W. (1955, September 18), "Air travel to increase 300% official claims", *Chicago Sunday Tribune*, CXIV (38), p. 1 [part 7, section 2].
- Yin, Robert K. (1994), *Case Study Research; Design and Methods* (2<sup>nd</sup> ed.), Thousand Oaks, Sage.
- Záry, Ivan (2004), "Slovakia", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.
- Zipfel, Astrid (1997), *Public Relations in der Elektroindustrie: die Firmen Siemens und AEG 1847 bis 1939* [As Relações Públicas na Indústria Eléctrica: as Empresas Siemens e AEG, 1847 a 1939], Köln, Böhlau.
- Zlateva, Minka (2004), "Bulgaria", em Betteke van Ruler e Dejan Verčič (Eds.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Berlin, Mouton de Gruyter.

## **ANEXOS**

**ANEXO A – Corpus documental utilizado para estudar a atividade da APT durante o período em análise e as suas práticas de RP e do tipo-RP**

Tipologia	Título/designação do documento (Arquivo)	Datas extremas	Qtd.
<b>Recortes de imprensa sobre a APT</b>	Recortes de imprensa escrita Vol. I (1914-1922)(AHFPC)	1914-1922	1 (920 recortes)
	Recortes de Imprensa Escrita Vol. II (1923-1928). (AHFPC)	1923-1928	1 (663 recortes)
	Artigos publicados no Diário da Noite acerca da Companhia dos Telefones. (AHFPC)	1932	12 folhas (25 recortes)
<b>Documentos internos da APT relativos à sua atividade</b>	Livro de Ordens de Serviço. (AHFPC)	1911-1927	1 (443 OS)
		1920-1949	1 (341 OS)
		1950-1958	2 (n.d.)
		1959-1961	
	Relatórios do fiscal do Governo junto da APT. (AHFPC)	1915-1923	9
	Documentos sobre a atividade da APT de 1888 a 1920. (AHFPC)	1888-1920	1 (427 fls.)
	Revisões das tarifas da APT efetuadas de 1918 a 1924. (AHFPC)	1918-1924	1 (315 fls.)
<b>Boletins informativos</b>	<i>O Telefone. (BNP)</i>	1934	1 (n.º único)
	<i>Telefones: Boletim Mensal da A.P.T. (AHFPC/BNP)</i>	1937-1938	24 (números)
	<i>Boletim do Grupo Desportivo do Pessoal da Companhia dos Telefones. (AHFPC)</i>	1951-1978	313 (números)
<b>Manuais da APT destinados aos empregados</b>	<i>Relações com o Público. (AHFPC)</i>	1934	1 (85 págs.)
	<i>Relações com o Público. (BNP)</i>	1948	1 (47 págs.)
	<i>Regulamento Geral do Pessoal. (AHFPC)</i>	1943	1 (75 págs.)
<b>Edições da APT relativas à sua relação com o Estado português</b>	<i>Termo do Contracto Definitivo. (BNP)</i>	1915	1 (21 págs.)
	<i>Relatório e documentação. (AHFPC)</i>	1919	1 (26 págs.)
	<i>Termos dos Contracto de 1928. (AHFPC)</i>	1934	1 (110 págs.)
	<i>Aditamento aos termos do contrato de 1928. (BNP)</i>	1936	1 (23 págs.)
	<i>Legislação sobre a Concessão da Companhia. (BNP)</i>	1951	1 (4 págs.)
<b>História da APT / Institucional</b>	<i>The Anglo-Portuguese Telephone Co. Ltd. (BNP)</i>	1934	1 (16 fls.)
	<i>História breve da Companhia dos Telefones. (BNP)</i>	1937	1 (36 págs.)
	<i>The Anglo Portuguese Telephone Ca Ltd.: subsídios para a sua história. (BNP)</i>	1967	1 (106 págs.)
<b>Anúncios de publicidade veiculada pela APT</b>	Livro de Publicidade Vol. I. (AHFPC)	1931	1 (87 págs.)
	Livro de Publicidade Vol. II. (AHFPC)	1932-1935	1 (129 págs.)
	Livro de Publicidade Vol. III. (AHFPC)	1936-1947	1 (198 págs.)
	Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78. (AHFPC)	s.d.	1 (149 págs.)
<b>Edições dos CTT</b>	<i>Alguns aspectos das relações com o público. (BNP)</i>	1948	1 (50 págs.)
	<i>Concessão da Companhia dos Telefones: decretos, contratos, aditamentos, etc. (BNP)</i>	1940	1 (74 fls.)
<b>Artigos de Imprensa empresarial sobre as RP na APT (ed. CTT e APT)</b>	“Na sua brilhante conferência o Dr. Mello Portugal ocupou-se de «alguns aspectos das relações com o público»” (“Na sua brilhante conferência”, 1948). (BNP)	1948 (outubro)	1 (4 págs.)
	“Viajando dentro da Companhia. Divisão Comercial. Repartição de Expediente e Contratos. Considerações gerais” (Ferreira, 1952a). (AHFPC)	1952 (setembro)	1 (2 págs.)
<b>Documentos do SNTOCDL</b>	Exposição do SNTOCDL, relativo às relações de trabalho entre a The Anglo-Portuguese Telephone Company, Limited e os seus empregados. (ANTT)	1940-1941	1 proc. (29 fls.)
<b>Revisão das tarifas da APT Contestação parlamentar à APT</b>	Revisão das Tarifas da Anglo-Portuguese Telephone Company, Limited. (ANTT)	1948-1950	1 capilha (504 fls.)
	<i>Diário da Câmara dos Deputados. (AHP)</i>	1911-1926	8 (intervenções)
	<i>Diário do Senado. (AHP)</i>	1911-1926	15 (interv.)
	<i>Diário das Sessões. (AHP)</i>	1935-1948	11 (interv.)

**ANEXO B – Frequência e percentagem de recortes de imprensa da APT  
por ano e por décadas (1914-1928)**

Décadas	Anos	Freq.	%	% décadas
<b>Anos 1910</b>	1914	2	0,13%	28,74%
	1915	36	2,27%	
	1916	25	1,58%	
	1917	118	7,45%	
	1918	127	8,02%	
	1919	147	9,29%	
<b>Anos 1920</b>	1920	190	12,00%	68,67%
	1921	127	8,02%	
	1922	124	7,83%	
	1923	53	3,35%	
	1924	226	14,28%	
	1925	111	7,01%	
	1926	36	2,27%	
	1927	72	4,55%	
	1928	148	9,35%	
<b>Sem data</b>	--	41	2,59%	2,59%
<b>Totais</b>		<b>1583</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; *Id.*, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO C – Frequência e percentagem de recortes de imprensa da APT por periódico  
(1914-1928)**

Título	Freq.	%
<b>ABC</b>	2	0,13%
<b>Ala Arriba</b>	1	0,06%
<b>Batalha, A</b>	16	1,01%
<b>Capital, A</b>	60	3,79%
<b>Cezimbrense, O</b>	3	0,19%
<b>Cidade, A</b>	2	0,13%
<b>Combate, O</b>	2	0,13%
<b>Comércio, O</b>	5	0,32%
<b>Comércio do Porto, O</b>	11	0,69%
<b>Comércio Português, O</b>	1	0,06%
<b>Correio da Manhã</b>	27	1,71%
<b>Correio da Noite</b>	1	0,06%
<b>Dia, O</b>	36	2,27%
<b>Diário da Tarde</b>	2	0,13%
<b>Diário de Lisboa</b>	51	3,22%
<b>Diário de Notícias</b>	413	26,09%
<b>Diário Nacional</b>	12	0,76%
<b>Domingo Ilustrado, O</b>	3	0,19%
<b>Época, A</b>	24	1,52%
<b>Estoril Jornal</b>	1	0,06%
<b>Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Espanha</b>	1	0,06%
<b>Imprensa, A</b>	7	0,44%
<b>Imprensa da Manhã, A</b>	20	1,26%
<b>Imprensa de Lisboa, A</b>	2	0,13%
<b>Imprensa Nova, A</b>	7	0,44%
<b>Informação, A</b>	1	0,06%
<b>Jornal, O</b>	1	0,06%
<b>Jornal, O</b>	10	0,63%
<b>Jornal, O</b>	6	0,38%
<b>Jornal (O) do Partido Republicano Nacionalista</b>	1	0,06%
<b>Jornal de Notícias</b>	8	0,51%
<b>Jornal do Comércio<sup>912</sup></b>	45	2,84%
<b>Liberal, O</b>	5	0,32%
<b>Libertador, O</b>	15	0,95%
<b>Lueta, A</b>	12	0,76%
<b>Manhã, A</b>	15	0,95%
<b>Monarchia, A</b>	4	0,25%
<b>Mundo, O</b>	31	1,96%
<b>Nação, A</b>	1	0,06%
<b>Nacional, O</b>	2	0,13%
<b>Opinião, A</b>	9	0,57%
<b>País, O</b>	4	0,25%
<b>Palavra, A</b>	1	0,06%
<b>Pátria, A</b>	8	0,51%
<b>Pátria Livre</b>	1	0,06%
<b>Povo, O</b>	1	0,06%
<b>Primeiro de Janeiro, O</b>	13	0,82%
<b>Protesto, O</b>	1	0,06%
<b>Radical, O</b>	21	1,33%

<sup>912</sup> Entre 1912 e 1940, este jornal adotou o nome de *Jornal do Comércio e das Colónias*.

<i>Rebate, O</i>	11	0,69%
<i>República</i>	6	0,38%
<i>Revista da Associação dos Engenheiros Civis Portugueses</i>	2	0,13%
<i>Revolução Nacional, A</i>	1	0,06%
<i>Ridículos, Os</i>	7	0,44%
<i>Século, O</i>	464	29,32%
<i>Século, O (edição da noite)</i>	31	1,96%
<i>Sempre Fixe</i>	7	0,44%
<i>Sintra Regional</i>	2	0,13%
<i>Situação, A</i>	4	0,25%
<i>Situação, A</i>	19	1,20%
<i>Sports, Os</i>	1	0,06%
<i>Tarde, A</i>	16	1,01%
<i>Tempo, O</i>	2	0,13%
<i>Vanguarda, A</i>	2	0,13%
<i>Verdade, A</i>	1	0,06%
<i>Vitória, A</i>	7	0,44%
<i>Voz, A</i>	10	0,63%
<i>Voz da Justiça, A</i>	1	0,06%
<i>Voz Pública, A</i>	2	0,13%
<i>Voz Pública, A</i>	10	0,63%
n.d.	31	1,96%
<b>Todos/vários</b>	6	0,38%
<b>Ilegível</b>	1	0,06%
<b>Estrangeiros</b>	5	0,32%
<b>Relatórios</b>	5	0,32%
<b>Fotos</b>	2	0,13%
<b>Folheto</b>	1	0,06%
<b>TOTAIS</b>	<b>1583</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; *Id.*, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO D – Tipologia dos recortes de imprensa da APT (1914-1928)**

Tipologias	Descritivo	Freq.	%
<b>Notícias</b>	Publicadas por periódicos nacionais	1423	90,33%
	Publicadas por periódicos estrangeiros	6	
<b>Cartoons</b>	Publicados por periódicos nacionais	4	0,32%
	Publicados por periódicos estrangeiros	1	
<b>Folhetins</b>	Publicados por periódicos nacionais	1	0,06%
	Publicados por periódicos estrangeiros	0	
<b>Fotografias</b>		2	0,13%
<b>Informações em relatórios e contas</b>	Associação Comercial de Lojistas de Lisboa	2	0,32%
	Associação Comercial de Lisboa	3	
<b>Anúncios e folhetos</b>	Anúncios publicitários da APT publicados na Imprensa	8	8,53%
	Anúncios e avisos operacionais da APT publicados na Imprensa (serviços telefónicos, novas estações, listas telefónicas, recrutamento)	81	
	Anúncios de terceiros publicados na Imprensa (cedências de telefones, etc.)	11	
	Anúncio de óbitos ligados à APT e publicados na Imprensa (administradores, diretores, empregados ou seus familiares)	34	
	Folhetos distribuídos por terceiros	1	
<b>Peças repetidas</b>		5	0,32%
<b>Totais</b>		<b>1583</b>	<b>100%</b>

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; *Id.*, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO E – Universo dos recortes de imprensa da APT validados, por tendência e por periodicidade dos periódicos (1914-1928)**

<b>Tendência dos periódicos</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>	<b>Periodicidade dos periódicos</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
Republicana	741	60,69%	Diária	1156	94,68%
Monárquica	107	8,76%	Não diária	40	3,28%
Sindicalista	16	1,31%	n.d.	25	2,05%
Informação geral	301	24,65%			
Outras	32	2,62%			
n.d.	24	1,97%			
<b>TOTAIS</b>	<b>1221</b>	<b>100%</b>		<b>1221</b>	<b>100%</b>

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; *Id.*, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO F – Frequência e percentagem de recortes de imprensa da APT validados,  
organizados por periódico (1914-1928)**

Título	Freq.	%	Título	Freq.	%
ABC	2	0,16%	Monarchia, A	4	0,33%
Ala Arriba	1	0,08%	Mundo, O	31	2,54%
Batalha, A	16	1,31%	Nação, A	1	0,08%
Capital, A	56	4,59%	Nacional, O	2	0,16%
Cezimbrense, O	3	0,25%	Opinião, A	9	0,74%
Cidade, A	1	0,08%	País, O	4	0,33%
Combate, O	2	0,16%	Palavra, A	1	0,08%
Comércio, O	3	0,25%	Pátria, A	8	0,66%
Comércio do Porto, O	9	0,74%	Pátria Livre	1	0,08%
Correio da Manhã	25	2,05%	Povo, O	1	0,08%
Correio da Noite	1	0,08%	Primeiro de Janeiro, O	11	0,90%
Dia, O	21	1,72%	Protesto, O	1	0,08%
Diário da Tarde	2	0,16%	Radical, O	18	1,47%
Diário de Lisboa	42	3,44%	Rebate, O	11	0,90%
Diário de Notícias	272	22,28%	República	6	0,49%
Diário Nacional	13	1,06%	Revista da Assoc. dos Eng. Civis Portugueses	1	0,08%
Domingo Ilustrado, O	2	0,16%	Ridículos, Os	7	0,57%
Época, A	24	1,97%	Século, O	342	28,01%
Estoril Jornal	1	0,08%	Século, O (edição noite)	27	2,21%
Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Espanha	1	0,08%	Sempre Fixe	4	0,33%
Imprensa, A	5	0,41%	Sintra Regional	1	0,08%
Imprensa da Manhã, A	20	1,64%	Situação, A	4	0,33%
Imprensa de Lisboa, A	3	0,25%	Situação, A	18	1,47%
Imprensa Nova, A	7	0,57%	Sports, Os	1	0,08%
Informação, A	1	0,08%	Tarde, A	13	1,06%
Jornal, O	1	0,08%	Tempo, O	2	0,16%
Jornal, O	8	0,66%	Vanguarda, A	2	0,16%
Jornal, O	5	0,41%	Verdade, A	1	0,08%
Jornal (O) do Partido Republicano Nacionalista	1	0,08%	Vitória, A	6	0,49%
Jornal de Notícias	8	0,66%	Voz, A	10	0,82%
Jornal do Comércio	42	3,44%	Voz Pública, A	1	0,08%
Liberal, O	4	0,33%	Voz Pública, A	9	0,74%
Libertador, O	13	1,06%	n.d.	22	1,80%
Lucta, A	8	0,66%	Todos/vários	3	0,25%
Manhã, A	15	1,23%	---		
<b>Subtotal</b>	<b>638</b>	<b>52,25%</b>	<b>Subtotal</b>	<b>583</b>	<b>47,75%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1221 (100%)</b>				

**ANEXO G – Autoria das notícias contidas nos recortes de imprensa da APT validados  
(1914-1928)**

<b>Tipologia</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
Assinadas	60	4,91%
Não assinadas	1161	95,09%
<b>Totais</b>	<b>1221</b>	<b>100%</b>

## ANEXO H – Descrição dos jornais produtores dos recortes de imprensa da APT validados (1914-1928)

#	Título	Ano(s) de publicação	Tendência	Localidade	Periodicidade
1	<i>ABC</i>	1920-1940	n.d.	Lisboa	Semanário
2	<i>Ala Arriba</i>	1927-1928	n.d.	Póvoa de Varzim	Mensal
3	<i>Batalha, A</i> <sup>913</sup>	1919-1927	Sindicalista	Lisboa	Diário
4	<i>Capital, A</i>	1910-1938	Republicano	Lisboa	Diário
5	<i>Cezimbrense, O</i>	1926-...	Informação geral	Sesimbra	Semanário
6	<i>Cidade, A</i>	1927	Republicano	Lisboa	Diário
7	<i>Combate, O</i> <sup>914</sup>	1919-1920	Republicano	Lisboa	Diário
8	<i>Comércio, O</i>	1921-1931	Informação geral	Porto	Diário
9	<i>Comércio do Porto, O</i>	1854-20??	Informação geral	Porto	Diário
10	<i>Correio da Manhã</i> <sup>915</sup>	1921-1928	Monárquico	Lisboa	Diário
11	<i>Correio da Noite</i>	1924-1927	Monárquico	Lisboa	Diário
12	<i>Dia, O</i>	1887-1927	Monárquico progressista	Lisboa	Diário
13	<i>Diário da Tarde</i>	1925-1927	Republicano	Lisboa	Diário
14	<i>Diário de Lisboa</i>	1921-1990	Republicano	Lisboa	Diário
15	<i>Diário de Notícias</i>	1864-...	Informação geral	Lisboa	Diário
16	<i>Diário Nacional</i>	1916-1919	Monárquico	Lisboa	Diário
17	<i>Domingo Ilustrado, O</i>	1925-1927	n.d.	Lisboa	Semanário
18	<i>Época, A</i>	1919-1927	Monárquico, católico, Sidonista	Lisboa	Diário
19	<i>Estoril Jornal</i>	1925-1926	n.d.	Estoril	Semanário
20	<i>Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Espanha</i>	1888-1971	n.d.	Lisboa	Quinzenal
21	<i>Imprensa, A</i>	1919	Inexistente	Lisboa	Diário
22	<i>Imprensa da Manhã, A</i>	1921-1922	Republicano, socialista	Lisboa	Diário
23	<i>Imprensa de Lisboa, A</i>	1921	Republicano	Lisboa	Diário
24	<i>Imprensa Nova, A</i>	1922-1924	Republicano	Lisboa	Diário
25	<i>Informação, A</i>	1926-1927	Republicano	Lisboa	Diário
26	<i>Jornal, O</i>	1915	Monárquico	Lisboa	Diário
27	<i>Jornal, O</i>	1919	Republicano	Lisboa	Diário
28	<i>Jornal, O</i>	1921	Republicano	Lisboa	Diário
29	<i>Jornal (O) do Partido Republicano Nacionalista</i>	1923-1924	Republicano nacionalista	Lisboa	Diário
30	<i>Jornal de Notícias</i>	1888-	Republicano, nacionalista	Porto	Diário
31	<i>Jornal do Comércio</i> <sup>916</sup>	1853-1976	Republicano	Lisboa	Diário
32	<i>Liberal, O</i>	1916-1919	Monárquico tradicionalista	Lisboa	Diário
33	<i>Libertador, O</i>	1924-1932	Republicano	Lisboa	Semanário
34	<i>Lucta, A</i>	1906-1923	Republicano	Lisboa	Diário
35	<i>Manhã, A</i>	1917-1922	Republicano	Lisboa	Diário
36	<i>Monarchia, A</i>	1917-1922	Monárquico integralista	Lisboa	Diário
37	<i>Mundo, O</i>	1900-1930	Republicano e anticlerical	Lisboa	Diário
38	<i>Nação, A</i>	1847-1917	Monárquico legitimista	Lisboa	Diário

<sup>913</sup> Porta-voz da Organização Operária Portuguesa.

<sup>914</sup> Órgão do Partido Socialista Português.

<sup>915</sup> Órgão oficioso da causa monárquica.

<sup>916</sup> Entre 1912 e 1940, este jornal adotou o nome de *Jornal do Comércio e das Colónias*.

39	<i>Nacional, O</i>	1915	Monárquico	Lisboa	Diário
40	<i>Opinião, A</i>	1916-1923	Republicano centrista, Sidonista	Lisboa	Diário
41	<i>País, O</i>	1905-1933	Republicano	Lisboa	Diário
42	<i>Palavra, A</i> <sup>917</sup>	1922	Monárquico	Lisboa	Diário
43	<i>Pátria, A</i>	1920-1924	Republicano	Lisboa	Diário
44	<i>Pátria Livre</i>	1913-1919	Republicano	Lisboa	Semanário
45	<i>Povo, O</i>	1913-1917	Republicano	Lisboa	Diário
46	<i>Primeiro de Janeiro, O</i>	1868-	Informação geral	Porto	Diário
47	<i>Protesto, O</i>	1922-1936	Republicano/Socialista	Lisboa	Semanário
48	<i>Radical, O</i>	1920-1926 <sup>918</sup>	Republicano	Lisboa	Diário
49	<i>Rebate, O</i> <sup>919</sup>	1922-1930	Republicano	Lisboa	Diário
50	<i>República</i> <sup>920</sup>	1911-1927 <sup>921</sup>	Republicano	Lisboa	Diário
51	<i>Revista da Associação dos Engenheiros Civis Portugueses</i> <sup>922</sup>	1926-1936	n.d.	Lisboa	Mensal
52	<i>Ridículos, Os</i>	1895-1984	Humorístico	Lisboa	Bissemánario
53	<i>Século, O</i>	1881-1978	Republicano	Lisboa	Diário
54	<i>Século, O (edição da noite)</i>	1914-1923	Republicano	Lisboa	Diário
55	<i>Sempre Fixe</i>	1926-2011	Humorístico	Lisboa	Semanário
56	<i>Sintra Regional</i>	1926-1933	n.d.	Sintra	
57	<i>Situação, A</i>	1918-1919	Republicano, Sidonista	Lisboa	Diário
58	<i>Situação, A</i>	1927-1928	Republicano, pró-Ditadura Militar	Lisboa	Diário
59	<i>Sports, Os</i>	1924-1927	n.d.	Lisboa	Bissemánario
60	<i>Tarde, A</i>	1923-1927	Republicano	Lisboa	Diário
61	<i>Tempo, O</i>	1918-1935	Republicano e Sidonista (Monárquico em 1922)	Lisboa	Diário
62	<i>Vanguarda, A</i>	1912-1919	Republicano, socialista, Sidonista	Lisboa	Diário
63	<i>Verdade, A</i>	1920-1938	Republicano	Porto	Diário
64	<i>Vitória, A</i>	1919-1922	Republicano	Lisboa	Diário
65	<i>Voz, A</i>	1927-1971	Católico, monárquico, pró-Ditadura, pró-Estado Novo	Lisboa	Diário
66	<i>Voz Pública, A</i>	1918-1919	Republicano, Sidonista	Porto	Diário
67	<i>Voz Pública, A</i>	1924-1927 <sup>923</sup>	Republicano	Lisboa	Diário

Fonte: adaptado de Lemos (2006) e Sá e Rego (2011).

<sup>917</sup> Órgão da Causa Nacional da Monarquia.

<sup>918</sup> Optámos por manter a data limite providenciada por Lemos (2006), muito embora nos já mencionados livros de recortes da APT existam notícias publicadas em datas posteriores por este jornal.

<sup>919</sup> Foi órgão das comissões políticas do Partido Republicano Português.

<sup>920</sup> Foi, na primeira série (1911-1927) órgão do Partido Republicano Evolucionista (de 1911 a 1919), do Partido Republicano Liberal (1919) e do Partido Republicano Nacionalista (1923-1927).

<sup>921</sup> Considera-se apenas a primeira série deste jornal, que teve continuidade, em segunda série, entre 1930 e 1975.

<sup>922</sup> Continuou a *Revista de Obras Públicas e Minas* (1870-1925).

<sup>923</sup> Optámos por manter a data limite providenciada por Lemos (2006), muito embora nos já mencionados livros de recortes da APT existam notícias publicadas em datas posteriores por este jornal.

**ANEXO I – Critérios para a classificação das notícias sobre a APT nas categorias de favorável, desfavorável ou neutra.**

<b>Categoria</b>	<b>Critérios de classificação das notícias</b>
<i>Favorável</i>	Valoriza ou elogia a atuação/posição/argumentos da APT, empregando uma adjetivação favorável.
<i>Desfavorável</i>	Critica ou desvaloriza/desqualifica a atuação/posição/argumentos da APT, empregando uma adjetivação desfavorável.
<i>Neutra</i>	Objetiva. Focada nos prós e contras, sem tomar partido. Quando o artigo/notícia se limita a transcrever opiniões/posições de terceiros, incluindo a da APT, sem tomar partido e empregando pouca adjetivação.

**ANEXO J – Tipologia das temáticas relativas à APT presentes nos recortes de imprensa (1914-1928)**

#	Temática	Dimensões consideradas
1	Nacionalidade da APT	Legitimidade/ilegitimidade política e económica de uma empresa de capitais britânicos operar em Portugal, remunerando os acionistas estrangeiros com capitais obtidos no País.
2	Contrato da APT com o governo português	Estabelecimento, revisão, modificação, incumprimento e apelos públicos à sua cessação.
3	Regulação estatal da atividade da APT	Intervenção do governo junto da APT (por iniciativa própria ou por pressão exterior) e atuação do fiscal do governo junto da companhia.
4	Tarifários e tarifas praticados pela APT	Introdução, revisão e substituição dos regimes tarifários adotados pela APT e tarifas telefónicas cobradas pela APT aos seus subscritores (preço do serviço, aumentos/atualizações e abusos cometidos pela empresa).
5	Serviço telefónico prestado pela APT	Ligações telefónicas (disponibilidade vs. indisponibilidade), material empregue (qualidade vs. deficiência e atualização vs. desatualização), atendimento pelas telefonistas (profissional vs. não profissional, diligente vs. conflituoso) e desempenho destas no estabelecimento das ligações (sucesso vs. insucesso, competência vs. incompetência), reclamações apresentadas à APT (atendimento e resolução vs. indiferença e não resolução), funcionamento das cabines telefónicas, distribuição das listas telefónicas.
6	Questões laborais e sociais na APT	Reivindicações salariais, conflitos laborais (greves e sabotagens), conflitos sociais (proibição de casamento das telefonistas), despedimento, admissão e reforma de trabalhadores, acidentes laborais, saúde no trabalho, prisão de trabalhadores por crimes cometidos em horário laboral ou em desempenho de funções.
7	Outras	Inauguração de edifícios e de serviços administrativos, roubos de material da companhia perpetrados por terceiros.

## ANEXO K – Tipologia das fontes de informação detetadas nos recortes de imprensa da APT

Tipologia das fontes		Órgãos, organismos e meios de difusão da informação
1	Entidades Jornalísticas	Agências de Notícias; outros órgãos de comunicação (jornais).
2	Entidades Oficiais (domínio público)	Presidência da República; Assembleia da República e deputados/senadores; Governo; Ministérios; Direções Gerais; Administrações Regionais; Câmaras Municipais; Diário da República; Polícia; Tribunais; Fiscal do Governo junto da APT.
3	Entidades não oficiais (domínio privado ou semipúblico)	Empresas; sindicatos; associações empresariais; partidos; igrejas; escolas; organizações não governamentais; organizações internacionais.
4	Entidades personalizadas	Especialista; cidadão comum; fonte especializada sob anonimato; leitores dos jornais (cartas enviadas aos periódicos).
5	APT	Administradores e diretores da APT; comunicados e notas de imprensa; desmentidos; visitas de imprensa; cartas aos jornais; convites a jornalistas.
6	Funcionários da APT	Empregados e antigos empregados; reformados; associação de pessoal da APT; comissão delegada do pessoal.
7	Próprio jornal	Reflexões; tomadas de posição; campanhas; humor.
8	Fontes não identificadas	<i>Quando não se conhecem as fontes do artigo.</i>
9	Várias	<i>Quando existe mais de uma fonte, não sendo nenhuma delas predominante.</i>

Fonte: adaptado de Traquina et. al. (2001).

**ANEXO L – Universo das Ordens de Serviço da APT e das Ordens de Serviço validadas (1911-1927)**

Anos	Universo		Validadas	
	Freq.	%	Freq.	%
1911	146	33,0%	146	33,0%
1912	110	24,8%	110	24,8%
1913	4	0,9%	4	0,9%
1914	1	0,2%	1	0,2%
1915	10	2,3%	10	2,3%
1916	11	2,5%	11	2,5%
1917	16	3,6%	16	3,6%
1918	6	1,4%	6	1,4%
1919	7	1,6%	7	1,6%
1920	21	4,7%	21	4,7%
1921	12	2,7%	12	2,7%
1922	16	3,6%	16	3,6%
1923	21	4,7%	21	4,7%
1924	21	4,7%	21	4,7%
1925	11	2,5%	11	2,5%
1926	20	4,5%	20	4,5%
1927	5	1,1%	5	1,1%
S.d. / ilegível	5	1,1%	5	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>443</b>	<b>100%</b>	<b>443</b>	<b>100%</b>

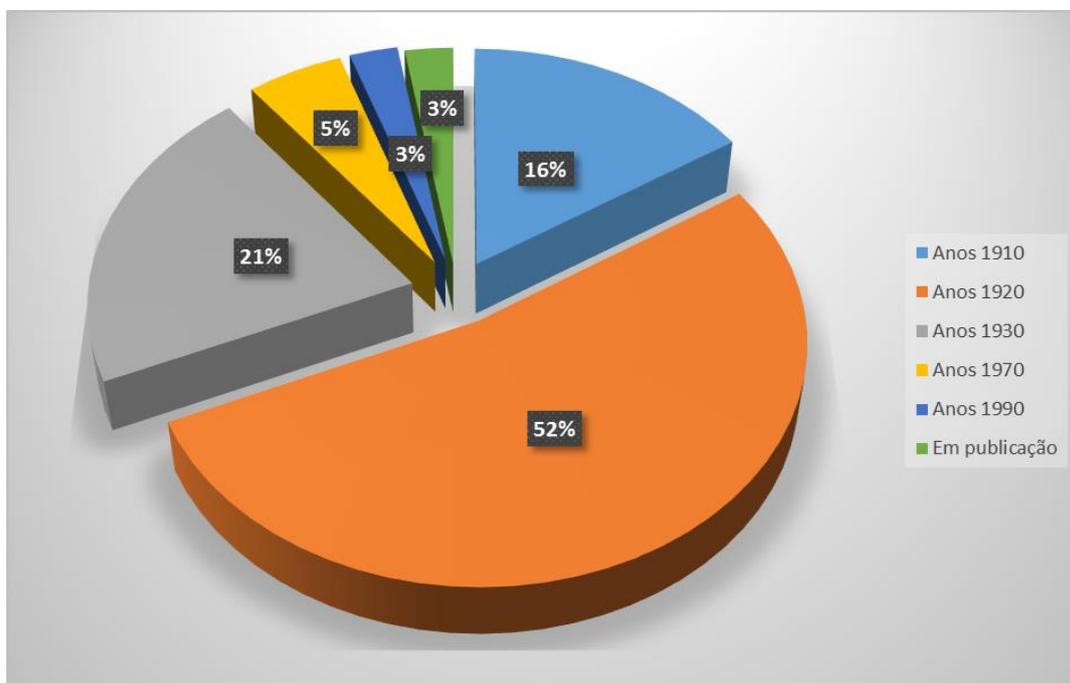
**ANEXO M – Universo das Ordens de Serviço da APT e das Ordens de Serviço validadas (1920-1948)**

Anos	Universo		Validadas	
	Freq.	%	Freq.	%
1920	2	0,6%	0	0,0%
1921	0	0,0%	0	0,0%
1922	0	0,0%	0	0,0%
1923	0	0,0%	0	0,0%
1924	0	0,0%	0	0,0%
1925	1	0,3%	0	0,0%
1926	1	0,3%	0	0,0%
1927	5	1,5%	4	1,2%
1928	9	2,3%	8	2,4%
1929	16	4,7%	16	4,7%
1930	8	2,3%	8	2,4%
1931	4	1,2%	4	1,2%
1932	8	2,3%	8	2,4%
1933	22	6,4%	22	6,5%
1934	51	14,9%	51	15,1%
1935	37	10,8%	37	11,0%
1936	25	7,3%	25	7,4%
1937	24	7,0%	24	7,1%
1938	13	3,8%	13	3,9%
1939	9	2,6%	9	2,7%
1940	9	2,6%	9	2,7%
1941	15	4,4%	15	4,5%
1942	8	2,3%	8	2,4%
1943	13	3,8%	13	3,9%
1944	9	2,6%	9	2,7%
1945	11	3,2%	11	3,3%
1946	12	3,5%	12	3,6%
1947	13	3,8%	13	3,9%
1948	15	4,4%	15	4,5%
s.d / ilegível	3	0,9%	3	0,9%
<b>TOTAL</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

**ANEXO N – Distribuição total da amostra das Ordens de Serviço da APT validadas  
(1911-1948)**

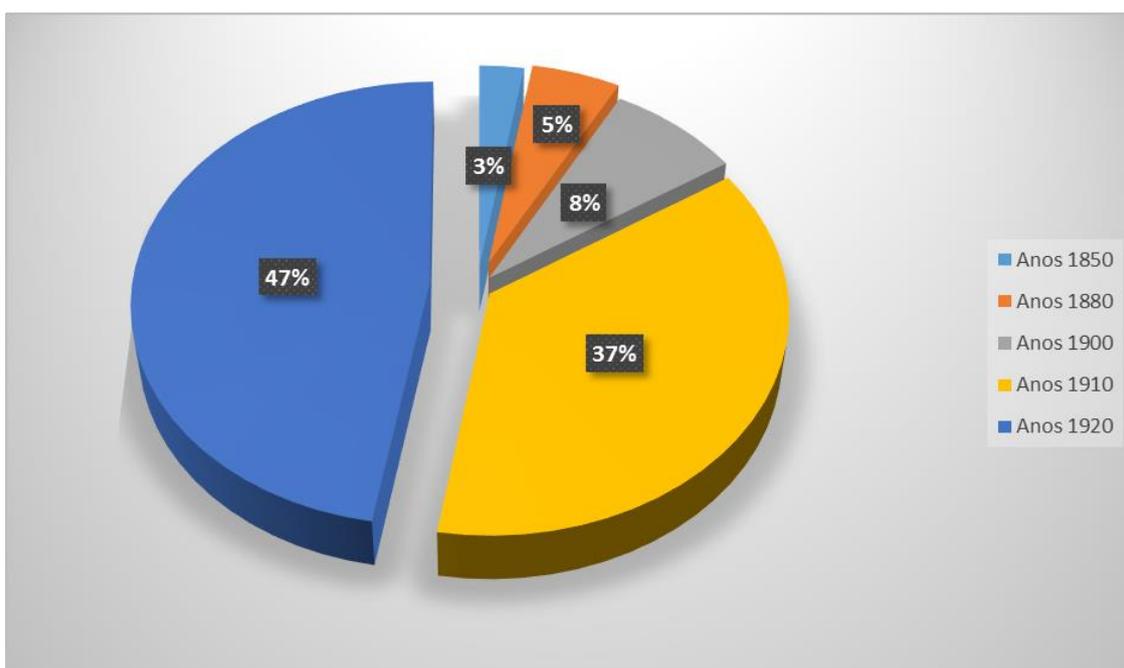
<b>Anos</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
1911	146	18,7%
1912	110	14,1%
1913	4	0,5%
1914	1	0,1%
1915	10	1,3%
1916	11	1,4%
1917	16	2,1%
1918	6	0,8%
1919	7	0,9%
1920	21	2,7%
1921	12	1,5%
1922	16	2,1%
1923	21	2,7%
1924	21	2,7%
1925	11	1,4%
1926	20	2,6%
1927	9	1,2%
1928	8	1,0%
1929	16	2,1%
1930	8	1,0%
1931	4	0,5%
1932	8	1,0%
1933	22	2,8%
1934	51	6,5%
1935	37	4,7%
1936	25	3,2%
1937	24	3,1%
1938	13	1,7%
1939	9	1,2%
1940	9	1,2%
1941	15	1,9%
1942	8	1,0%
1943	13	1,7%
1944	9	1,2%
1945	11	1,4%
1945	12	1,5%
1947	13	1,7%
1948	15	1,9%
S.d / ilegível	8	1,0%
<b>TOTAL</b>	<b>780</b>	<b>100%</b>

**ANEXO O – Percentagem da extinção, por décadas, dos periódicos republicanos que publicaram notícias sobre a APT entre 1914 e 1928**



Fonte: adaptado de Lemos (2006) e Sá e Rego (2011).

**ANEXO P – Percentagem da fundação, por décadas, dos periódicos republicanos que publicaram notícias sobre a APT entre 1914 e 1928**



Fonte: adaptado de Lemos (2006) e Sá e Rego (2011).

ANEXO Q – Intervenções parlamentares relativas à APT (1911-1948)<sup>924</sup>

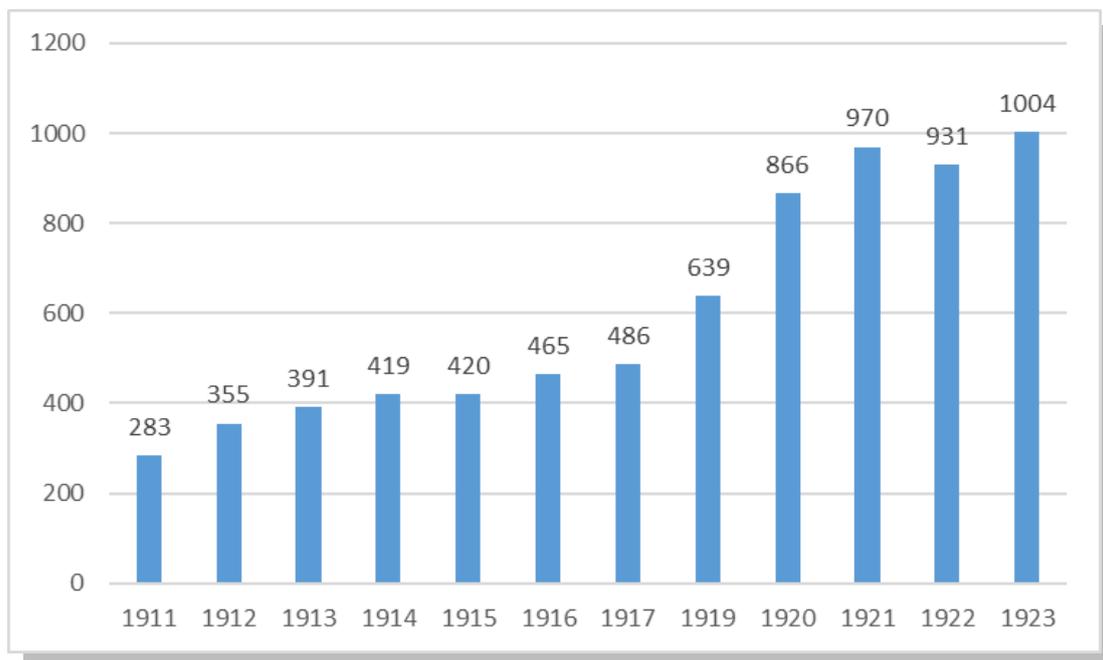
Interventor	Leg./ Sessão	Data	Âmbito	Tom (freq.)		
				Pos.	Neg.	Neut.
<i>Câmara dos Deputados</i>						
Manuel José da Silva	1/2	07/12/1911	Interpelação			1
José Augusto Simas Machado	1/2	01/02/1912	Elogio	1		
Manuel José da Silva	1/2	26/02/1912	Interpelação		1	
José A. Moreira de Almeida	3/1	05/08/1918	Requerimento			1
Adelino Mendes	3/2	13/02/1919	Interpelação		1	
Jaime Vilares	4/2	20/04/1921	Interpelação		1	
Paulo Cancela de Abreu	6/2	14/03/1923	Interpelação		1	
	6/4	27/03/1925	Interpelação		1	
<i>Senado</i>						
Ricardo Paes Gomes	1/2	28/06/1912	Exposição			1
José Miranda do Vale	1/3	07/01/1913	Requerimento			1
José Maria de Pádua	1/4	21/04/1914	Interpelação		1	
Afonso Cordeiro	1/4	06/01/1915	Requerimento			1
Severiano José da Silva / Adães Bermudes <sup>925</sup>	3/2	05/02/1919	Interpelação		1	
Ernesto Júlio Navarro	4/2	17/02/1921	Requerimento		1	
Júlio Ribeiro	4/2	09/03/1921	Exposição			1
José Joaquim Pereira Osório	4/2	19/04/1921	Interpelação		1	
João Carlos Costa	6/2	16/05/1924	Protesto		1	
	6/2	11/07/1924	Reclamação		1	
Ernesto Júlio Navarro	6/2	18/07/1924	Requerimento			1
Joaquim Crisóstomo	6/2	25/07/1924	Exposição		1	
João Carlos Costa	6/2	04/11/1924	Requerimento			1
	6/2	21/11/1924	Exposição		1	
	6/3	03/03/1925	Exposição		1	
<i>Assembleia Nacional</i>						
Artur Leal Lobo da Costa	1/1	19/02/1935	Projeto de lei		1	
	1/3	11/02/1937	Requerimento		1	
J. T. S. Formosinho Sanches	2/1	10/01/1939	Requerimento		1	
	2/1	18/01/1939	Requerimento			1
	2/1	20/01/1939	Requerimento			1
	2/1	09/02/1939	Aviso prévio		1	
	2/1	14/02/1939	Requerimento			1
	2/2	13/12/1939	Interpelação		1	
	2/2	15/12/1939	Exposição		1	
	2/3	19/02/1941	Agradecimento	1		
José Nosolini	4/3	11/03/1948	Exposição		1	
<b>Totais</b>			<b>34 (intervenções)</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>11</b>

Fonte: *Diário do Senado* (1911-1926); *Diário da Câmara dos Deputados* (1911-1926); *Diário das Sessões* (1935-1948).

<sup>924</sup> Consideraram-se as questões relativas ao desempenho da APT e dos seus empregados, ao serviço telefónico prestado e também à relação da companhia com o poder político, excluindo-se o que se refere à mera gestão e utilização dos telefones por parte do Estado, da Administração Pública e do poder autárquico.

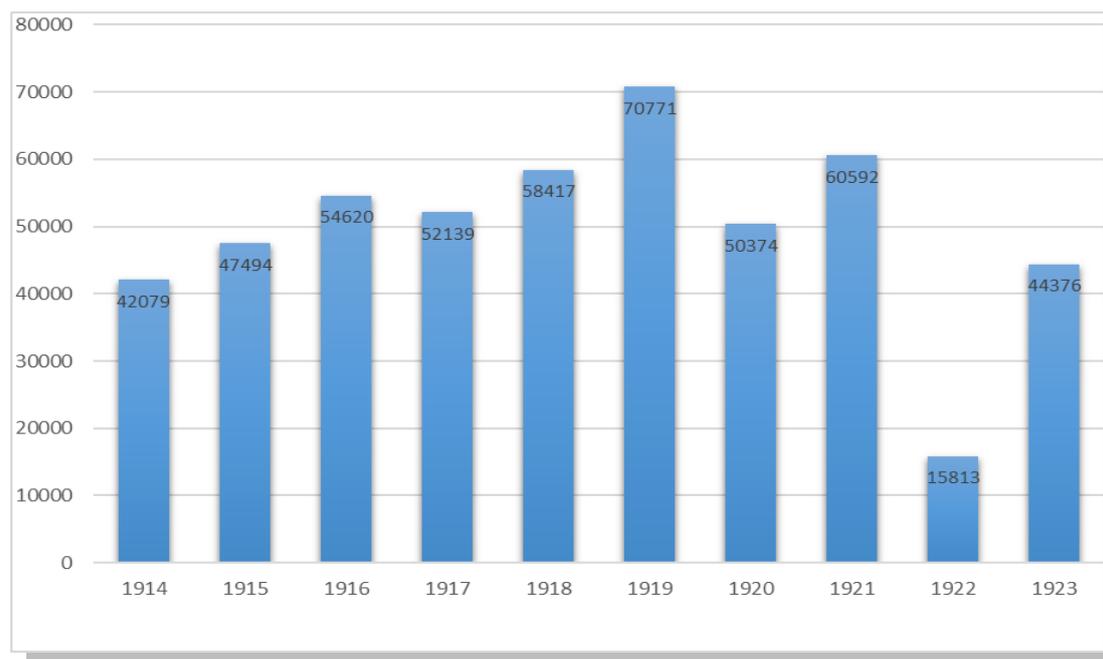
<sup>925</sup> Adães Bermudes interveio no âmbito da intervenção de Severiano José da Silva, complementando a sua proposta, razão pela qual não contabilizámos a iniciativa de forma isolada.

### ANEXO R – Progressão do número de trabalhadores da APT (1914-1923)



Fonte: Santos (1992, p. 81).

### ANEXO S – Frequência de queixas, interrupções e avarias registadas pela APT (1914-1923)



Fonte: Relatórios do fiscal do Governo junto da APT (1915-1923).

**ANEXO T – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras  
relativas à APT (1914-1928)**

Ano de publicação	Tom das notícias					
	Favorável	%	Desfavorável	%	Neutro	(%)
1914	0	0,00%	2	0,16%	0	0,00%
1915	8	0,66%	17	1,39%	6	0,49%
1916	0	0,00%	15	1,23%	3	0,25%
1917	14	1,15%	15	1,23%	16	1,31%
1918	3	0,25%	19	1,56%	57	4,67%
1919	8	0,66%	63	5,16%	57	4,67%
1920	13	1,06%	35	2,87%	124	10,16%
1921	5	0,41%	43	3,52%	73	5,98%
1922	11	0,90%	51	4,18%	41	3,36%
1923	5	0,41%	15	1,23%	23	1,88%
1924	22	1,80%	48	3,93%	131	10,73%
1925	25	2,05%	19	1,56%	35	2,87%
1926	6	0,49%	7	0,57%	11	0,90%
1927	23	1,88%	2	0,16%	18	1,47%
1928	23	1,88%	27	2,21%	82	6,72%
<i>Subtotal</i>	<i>166</i>	<i>13,60%</i>	<i>378</i>	<i>30,96%</i>	<i>677</i>	<i>55,45%</i>
<b>Total</b>	<b>1221 (100%)</b>					

**ANEXO U – Frequência da extinção nos anos 1920 dos periódicos  
republicanos que publicaram notícias sobre a APT entre 1914 e 1928**

Anos	Frequência (%)	
1920	1 (5%)	12 (60%)
1921	2 (10%)	
1922	3 (15%)	
1923	3 (15%)	
1924	3 (15%)	
1925	0 (0%)	8 (40%)
1926	1 (5%)	
1927	6 (30%)	
1928	1 (5%)	
1929	0 (0%)	
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

**ANEXO V – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT, quantificadas por tendência dos periódicos (1914-1928)**

Tendência dos periódicos	Tom das notícias					
	Favorável	%	Desfavorável	%	Neutro	(%)
<i>Republicana</i>	97	7,94%	235	19,25%	410	33,58%
<i>Monárquica</i>	15	1,23%	51	4,18%	41	3,36%
<i>Sindicalista</i>	0	0,00%	11	0,90%	5	0,41%
<i>Inform. Geral</i>	43	3,52%	58	4,75%	200	16,38%
<i>Outros</i>	9	0,74%	16	1,31%	7	0,57%
<i>N.d.</i>	23 (1,89%)					
<b>Total</b>	<b>1221 (100%)</b>					

**ANEXO W – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT, quantificadas por periódico (1914-1928)**

Títulos dos periódicos	Tom das notícias					
	Favoráveis	%	Desfavoráveis	%	Neutras	(%)
<i>A Capital</i>	12	0,98%	16	1,31%	28	2,29%
<i>Correio da Manhã</i>	2	0,16%	15	1,23%	8	0,66%
<i>Diário de Lisboa</i>	6	0,49%	14	1,15%	22	1,80%
<i>Diário de Notícias</i>	36	2,95%	49	4,01%	187	15,32%
<i>Jornal do Comércio</i>	3	0,25%	9	0,74%	30	2,46%
<i>O Mundo</i>	5	0,41%	20	1,64%	6	0,49%
<i>O Século</i>	36	2,95%	64	5,24%	242	19,82%
<i>O Século [Ed noite]</i>	1	0,08%	15	1,23%	11	0,90%
<i>Outros (&lt; 25 notícias)</i>	384 (31,44%)					
<b>Total</b>	<b>1221 (100%)</b>					

**ANEXO X – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras, quantificadas por temáticas relativas à APT (1914-1928)**

Temas	Tom das notícias						Total	
	Fav.	%	Desf.	%	Neutro	(%)	Frq.	%
<i>Nacionalidade</i>	0	0,00%	2	0,16%	1	0,08%	3	0,25%
<i>Contrato</i>	1	0,08%	22	1,80%	34	2,78%	57	4,67%
<i>Regulação</i>	0	0,00%	5	0,41%	12	0,98%	17	1,39%
<i>Tarifários e Tarifas</i>	20	1,64%	69	5,65%	135	11,05%	224	18,35%
<i>Serviço telefónico</i>	55	4,50%	198	16,22%	53	4,34%	306	25,06%
<i>Laboral e social</i>	20	1,64%	52	4,26%	316	25,88%	388	31,78%
<i>Outros</i>	70	5,73%	30	2,46%	126	10,32%	226	18,51%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>13,60%</b>	<b>378</b>	<b>30,96%</b>	<b>677</b>	<b>55,44%</b>	<b>1221</b>	<b>100,00%</b>

### ANEXO Y – Frequência e percentagem de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras relativas à APT, quantificadas por fontes de informação (1914-1928)

Fontes	Tom das notícias						Total	
	Fav.	%	Desf.	%	Neutro	(%)	Frq.	%
<i>Entid. jornalística</i>	4	0,33%	26	2,13%	7	0,57%	37	3,03%
<i>Entid. oficial</i>	3	0,25%	23	1,88%	114	9,34%	140	11,47%
<i>Entid. não oficial</i>	7	0,57%	25	2,05%	71	5,81%	103	8,44%
<i>Entidade personal.</i>	2	0,16%	46	3,77%	43	3,52%	91	7,45%
<i>APT</i>	81	6,63%	10	0,82%	93	7,62%	184	15,07%
<i>Pessoal APT</i>	1	0,08%	24	1,97%	152	12,45%	177	14,50%
<i>Própr. jornal/opinião</i>	51	4,18%	168	13,76%	17	1,39%	236	19,33%
<i>N. identificada</i>	13	1,06%	43	3,52%	139	11,38%	195	15,97%
<i>Outros</i>	4	0,33%	13	1,06%	41	3,36%	58	4,75%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>13,60%</b>	<b>378</b>	<b>30,96%</b>	<b>677</b>	<b>55,45%</b>	<b>1221</b>	<b>100,00%</b>

### ANEXO Z – Notícias sobre a APT publicadas no âmbito da campanha de *A Imprensa da Manhã* (1922)

#	Título completo	Data de publicação	n.º pág.
1	A Companhia dos Telefones	03/02/1922	1
2	A beleza dos serviços telefónicos	04/02/1922	1
3	Os “óptimos” serviços da Companhia dos Telefones	05/02/1922	1
4	A onnipotente Companhia dos Telefones. Um subscritor que a chama aos tribunais – A “omnipotente” é condenada por perdas e danos numa indemnização de 1.500\$00 – Novas reclamações	06/02/1922	2
5	A “lindeza” dos telefones	07/02/1922	4
6	A onda sobe! Os serviços da Companhia dos Telefones Ver n.º pág. na BN	08/02/1922	4
7	Os “óptimos” serviços da Companhia dos Telefones	09/02/1922	1
8	A Companhia dos Telefones abusa da indiferença do público. Para que a cidade não continue a ser prejudicada com os serviços péssimos do potentado «The Anglo» deve o sr. Ministro do Comércio chamar á ordem a transviada sociedade inglesa	10/02/1922	2

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]).

**ANEXO A' – Notícias sobre a APT publicadas no âmbito da campanha de *A Situação* (1928)**

#	Título completo	Data	n.º pág.
1	Uma campanha.	16/01/1928	6
2	Telefones.	16/01/1928	6
3	Os Telefones: A Companhia pretende obrigar os subscritores ao pagamento de um aumento não inferior a cinquenta por cento.	17/01/1928	3
4	Está lá?... As “chamadas pagas” só interessam e aproveitam à Companhia.	17/01/1928	1
5	Telefones.	17/01/1928	6
6	Brado de alerta. Muito ao contrário das afirmações da Anglo Portuguese a grande maioria dos subscritores ficará altamente prejudicada.	18/01/1928	3
7	Telefones.	18/01/1928	6
8	Os telefones. As tarifas que atualmente vigoram são já de si exageradas. As do novo contrato seriam exageradíssimas!	19/01/1928	3
9	Telefones.	19/01/1928	6
	Telefones. Não é exata a desculpa da Companhia baseada no número de telefones gratuitos agora concedidos aos funcionários.	20/01/1928	7
10	Os Telefones. Já em setembro os diretores da Companhia anunciavam aos acionistas a proximidade de lucros consideráveis...	21/01/1928	5
11	O caso dos Telefones. Em nome do princípio moral “quem consome paga” a Companhia exige que se pague... mesmo não falando...	23/01/1928	7
12	Os telefones.	23/01/1928	1
13	Os Telefones. “A Situação” mantém seus pontos de vista sobre o assunto.	24/01/1928	5
14	Justificação de uma atitude. Algumas palavras em despedida	25/01/1928	6

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de Imprensa, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO B' – Notícias sobre a APT publicadas no âmbito  
da campanha do *Diário da Noite* (1932)**

#	Título completo	Data	pp.
1	O suplício dos telefones.	15/04/1932	4
2	Os telefones. Não pode ser concedido o escandaloso aumento de tarifas.	16/04/1932	8
3	A Companhia dos Telefones procura apenas enriquecer os seus diretores à custa das exorbitantes taxas que arranca em Portugal.	18/04/1932	4-5
4	A Companhia dos Telefones. Os misteriosos bastidores da sua administração.	19/04/1932	8
5	Companhia dos Telefones. A administração perdulária em Lisboa e Londres.	20/04/1932	1
6	Companhia dos Telefones. Escalpelizando os atos ruinosos das suas gerências de Londres e de Lisboa.	21/04/1932	1, 8
7	Companhia dos telefones. As "economias" da sua "zelosa" administração.	25/04/1932	1
8	Companhia dos Telefones. A perdulária e ruínosa administração deste potentado monopolista.	27/04/1932	1
9	Telefones, uma encíclica humorística da firma Pope, Grant, Stilwel & C. <sup>a</sup> , Lda.	29/04/1932	1, 8
10	Companhia dos Telefones. Prosseguindo na autópsia aos atos ruinosos e perdulários da sua administração.	02/05/1932	1
11	Companhia dos Telefones. A comissão de Técnicos emitiu parecer contrario ao pedido do aumento de tarifas.	03/05/1932	4
12	Companhia dos Telefones. Ainda e sempre os misteriosos bastidores da sua administração.	04/05/1932	4
13	Companhia dos Telefones. Continuando a análise à sua extravagante administração.	05/05/1932	4
14	Companhia dos Telefones. Prosseguindo na análise à sua ruínosa administração.	06/05/1932	4
15	Companhia dos Telefones. Foi aprovado o parecer da Comissão de Técnicos que não permite o aumento de tarifas.	07/05/1932	4
16	Companhia dos telefones. A falta de "controle" que defenda os subscritores por chamadas - Impõe-se um rigoroso inquérito.	09/05/1932	4
17	A Companhia dos Telefones. Pugnando por um rigoroso inquérito e por tarifas mais baratas.	10/05/1932	4-5
18	A nossa semana dos telefones. Alguns comentários ligeiros às encíclicas da Companhia pagas à linha.	11/05/1932	4
19	A nossa semana dos telefones. Irregularidades sobre irregularidades.	12/05/1932	8
20	A nossa semana dos telefones.	13/05/1932	8
21	A nossa semana dos telefones.	14/05/1932	1
22	Telefones...	16/05/1932	1
23	Uma campanha patriótica. Prosseguindo na autópsia aos atos ruinosos da Companhia dos Telefones.	17/05/1932	4
24	Uma campanha patriótica. Comentários a uma encíclica da Companhia dos Telefones e algumas perguntas oportunas.	18/05/1932	5
25	Uma campanha patriótica. A Companhia dos Telefones esfola os subscritores e passa-lhes atestados de malcriados e mal educados.	19/05/1932	4
26	Uma campanha patriótica. De como se continua a provar que a Companhia dos Telefones não cumpre o contrato.	20/05/1932	5
27	Uma campanha patriótica. As mentirosas alegações da Companhia dos Telefones.	21/05/1932	5
28	Uma campanha patriótica. Os misteriosos bastidores da Companhia dos Telefones.	23/05/1932	8
29	As classes trabalhadoras. Uma entrevista com uma empregada telefonista. Como a Companhia dos telefones paga e trata o seu pessoal.	24/05/1932	4-5
30	Telefones. Uma campanha patriótica.	25/05/1932	4
31	Telefones. Ainda e sempre a ruínosa gerência da companhia.	26/05/1932	4
32	Telefones. Ainda a questão das tarifas.	27/05/1932	4
33	Telefones. Uma campanha patriótica.	28/05/1932	4
34	Telefones. Pondo a descoberto as manobras da Companhia dos Telefones.	30/05/1932	4
35	Campanha Patriótica. O silêncio da C. <sup>a</sup> dos Telefones ante as nossas afirmações.	31/05/1932	4
36	Telefones. Uma campanha patriótica.	14/06/1932	4

**ANEXO C' – Títulos<sup>926</sup> depreciativos p/ a APT publicados pela imprensa<sup>927</sup> (1915-1928)**

<b>Título da notícia</b>	<b>Jornal</b>	<b>Data</b>
Os telefones de Lisboa não falam! É necessário iniciar-se em Lisboa um movimento de verdadeira resistência ao pouco cuidado que a Companhia tem pelos interesses dos seus subscritores.	<i>O Jornal</i>	06/04/1915
A burla dos telefones.	<i>A Luta</i>	11/07/1915
O “Bluff” dos Telefones. Contra o péssimo serviço da companhia	<i>O Século</i>	15/07/1915
Abusos da Companhia dos Telefones: o governo deve coibi-los com energia.	<i>O Mundo</i>	21/08/1916
Telefones. Um serviço horroroso que está pedindo a intervenção do Estado.	<i>A Manhã</i>	28/11/1918
O péssimo serviço de telefones.	<i>Diário de Notícias</i>	14/02/1919
Os telefones. Chuva de reclamações.	<i>Jornal do Comércio</i>	04/06/1919
O serviço telefónico. Um movimento de protesto contra a sua péssima organização.	<i>O Século</i>	12/07/1919
Alô?! – ‘Stá lá? Falo, ninguém me responde... ou de como a “rede” está uma perfeita rede... de enganos.	<i>O Jornal</i>	21/08/1919
Os telefones. 3 entrevistas. Falam o telefone da Brasileira; uma menina da rede; um galego de esquina. Conclusão: o serviço dos telefones é péssimo.	<i>O Jornal</i>	22/08/1919
Telefones, não há! Porquê?!	<i>A Capital</i>	03/12/1919
O péssimo serviço dos telefones. Revelações curiosas.	<i>A Batalha</i>	13/01/1920
O serviço dos telefones continua a ser a «beleza» de todos conhecida.	<i>A Capital</i>	10/10/1920
A miséria dos telefones.	<i>O Século [noite]</i>	26/10/1920
O horror do telefone. Não é bom o serviço mas por enquanto não pode ser melhor. Cá por dentro e lá por fora.	<i>O Mundo</i>	09/12/1920
Os telefones. A Companhia inglesa, à sombra dum inesperado decreto, aumenta escandalosamente as tarifas.	<i>O Primeiro de Janeiro</i>	25/02/1921
Dentro de 15 dias... As tarifas dos telefones são exorbitantes e ilegitimamente aumentadas.	<i>A Pátria</i>	04/03/1921
Os telefones. Os serviços vão de mal para pior.	<i>O Século</i>	02/07/1921
Telefones. Um serviço vergonhoso.	<i>O Século</i>	11/10/1921
O novo «truc» da Companhia dos Telefones.	<i>Jornal do Comércio</i>	26/10/1921
Companhia dos Telefones. Prepara uma nova espoliação à bolsa do subscritor.	<i>O Século</i>	15/11/1921
A Companhia dos Telefones prepara o salto para, novamente, aumentar as tarifas. É preciso que o Estado a obrigue, primeiro, a respeitar os seus compromissos com os subscritores.	<i>Diário de Notícias</i>	16/02/1922
Mau serviço de telefones e péssimo serviço de telefonistas.	<i>Diário de Notícias</i>	25/05/1922
Providências! Providências! Não é possível continuar a admitir a má criação das meninas dos telefones! O que se passa com os nossos telefones é simplesmente inacreditável.	<i>O Mundo</i>	05/10/1922
Os telefones estão caríssimos mas, pelos modos, projeta-se para breve um novo e pesado aumento.	<i>O Mundo</i>	10/03/1923
As taxas telefónicas. Vão ser elevadas como se a libra estivesse a 150\$000 réis?!	<i>O Dia</i>	16/10/1924
Carta do Porto. Na Companhia dos Telefones. Torpezas de um engenheiro inglês... em país conquistado.	<i>A Batalha</i>	22/07/1925
Os Telefones. O Contracto que a Companhia pretende é inaceitável, afirma-nos Roque da Fonseca.	<i>Diário de Lisboa</i>	17/01/1928

<sup>926</sup> Inclui os antetítulos e subtítulos, os quais só suprimimos quando não eram diretamente relativos à APT.

<sup>927</sup> Excluimos desta resenha as notícias publicadas no âmbito das aludidas campanhas de imprensa contra a APT.

**ANEXO D' – Entrevistas e declarações concedidas à imprensa por Armando Ferreira enquanto funcionário da APT (1920-1926)**

<b>Jornal</b>	<b>Tendência</b>	<b>Título</b>	<b>Temática</b>	<b>Data de publicação</b>
<i>O Mundo</i>	Republicano	O horror do telefone. Não é bom o serviço mas por enquanto não pode ser melhor. Cá por dentro e lá por fora. O que nos diz ao “Mundo” um funcionário superior da companhia.	Irregularidade dos serviços telefónicos	09/12/1920
<i>A Capital</i>	Republicano	As conquistas de Lisboa. A Companhia dos Telefones vai finalmente entrar numa fase de progresso? Sim – responde-nos a Direção. Assim o creio – diz-nos um subscritor.	Progressos e desenvolvimento da APT.	11/04/1922
<i>A Capital</i>	Republicano	Vai declarar-se a greve dos telefones? A Companhia diz que não mas as telefonistas dizem que sim,	Possível greve dos empregados da APT.	08/07/1922
<i>Diário de Lisboa</i>	Republicano	O que se passa... Porque apareceram guardadas pela Guarda Republicana as estações telefónicas?	Possível greve dos empregados da APT.	05/08/1924
<i>A Época</i>	Monárquico	“Uma questão de momento. A anunciada greve do pessoal telefónico. O que nos disse o Secretário Geral da Companhia. Um sistema novo de tarifas.	Possível greve dos empregados da APT.	07/08/1924
<i>A Época</i>	Monárquico	Questão de momento... Haverá greve do pessoal telefónico? Ouvindo o sr. Armando Ferreira, engenheiro da Companhia – A opinião do presidente da Assembleia Geral dos empregados – O que pensa um comerciante das chamadas pagas?	Possível greve dos empregados da APT.	23/10/1924
<i>A Tarde</i>	Republicano	Porque é que as “meninas” dos telefones não podem casar?	Proibição de casamento das telefonistas da APT	02/09/1926

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; .Id., Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO E' – Comparação entre trechos de dois artigos publicados por *O Século* e pelo *Diário de Notícias*, ambos referentes a visitas à estação Norte da APT (1923)**

<b><i>O Século</i> (01/04/1923)</b>	<b><i>Diário de Notícias</i> (15/04/1923)</b>
<p>“Quase todos os países em que o uso telefónico atingiu a importância que entre nós está tomando, adotaram, com grande êxito e aplauso dos subscritores, o sistema de tarifas por chamadas, cujas vantagens estão universalmente resumidas no seguinte:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Permite diminuir o preço do custo dos telefones de forma que, aumentando o número de subscritores, torna a rede maior e, conseqüentemente, mais útil para a vida da cidade;</li> <li>Melhora o serviço das estações, porque suprime as chamadas inúteis e aliviando assim o pessoal, dá melhor serviço e mais rendimento útil;</li> <li>Cada subscritor, à semelhança do que sucede com a água, gás e eletricidade, etc., paga conforme o consumo que faz, permitindo assim a redução ao mínimo das taxas.</li> </ol> <p>A Companhia dos Telefones, pela análise das suas estatísticas, chegou à conclusão que adotado este sistema, o custo do telefone diminui para a maioria dos subscritores. A supressão do excesso das chamadas que são inúteis, a diminuição de chamadas que obtêm o <i>impedido</i> e o aumento dos subscritores, que virá pela redução do custo do telefone, são-lhe bastante remuneração para desejar este processo.</p> <p>A introdução deste sistema depende da instalação de novas estações como consta dos projetos já iniciados pela Companhia. Mas estas estações precisam, para ser completadas, de capitais novos, e capitais novos só se alcançam com garantias de juros, as quais não podem ser dadas sem que pelo menos, a receita e a despesa da Companhia estejam equilibradas.</p>	<p>“[...] na maior parte dos países se adota hoje o sistema de tarifas por chamada. As suas vantagens são as seguintes, resumidamente expostas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Permite diminuir o preço do custo dos telefones de forma que aumentando o número de subscritores, torna a rede maior e, conseqüentemente, mais útil para a vida da cidade;</li> <li>Melhora o serviço das estações, porque suprime as chamadas inúteis e aliviando assim o pessoal, dá melhor serviço e rendimento útil;</li> <li>Cada subscritor, à semelhança do que sucede com a água, gás e eletricidade, etc., paga conforme o consumo que faz, permitindo assim a redução ao mínimo das taxas.</li> </ol> <p>A Companhia dos Telefones, pela análise das suas estatísticas, chegou à conclusão que adotado este sistema, o custo do telefone diminui para a maioria dos subscritores. A supressão do excesso das chamadas que são inúteis, a diminuição de chamadas que obtêm o «impedido» e o aumento dos subscritores, que virá pela redução do custo do telefone são-lhe bastante remuneração para desejar este processo.</p> <p>A introdução deste sistema depende da instalação de novas estações, como consta dos projetos já iniciados pela Companhia. Mas estas estações precisam, para ser completadas, de capitais novos, e capitais novos só se alcançam com garantias de juros, as quais não podem ser dadas sem que pelo menos, a receita e a despesa da Companhia estejam equilibradas.</p>

Fonte: adaptado de “Os serviços telefónicos de Lisboa e Porto” (1923: 5) e “Como se deve falar ao telefone” (1923: 4).

**ANEXO F' – Entrevistas publicadas pela APT em sete jornais (1928)**

<b>Jornal</b>	<b>Data</b>	<b>Título da entrevista (entrevistado)</b>	<b>N.º pág.</b>
<i>Jornal de Notícias</i>	12/01/1928	Os telefones. Algumas considerações. (Harry Hincks).	2
<i>O Comércio do Porto</i>	12/01/1928	Concessão telefónica. (pessoa competente).	2
<i>O Primeiro de Janeiro</i>	12/01/1928	Os telefones. A adoção do “tarifamento por chamadas”. O que diz a tal respeito o gerente da Companhia. (Harry Hincks).	1-2
<i>A Voz</i>	15/01/1928	Está lá?... O novo sistema de tarifas telefónicas traz apreciáveis vantagens para a maioria dos assinantes da The Anglo-Portuguese Telephone Company Ltd. (William Pope).	1-2
<i>Diário de Notícias</i>	15/01/1928	As novas tarifas dos telefones. O que, a tal respeito, nos disse o diretor da Companhia, sr. William Pope. (William Pope).	4
<i>O Século</i>	15/01/1928	O problema dos telefones. O novo regime por chamadas. Como o justifica o diretor da Companhia. (o diretor da Companhia).	
<i>Diário de Lisboa</i>	16/01/1928	Está lá?... Quem fala?... O novo sistema de tarifas telefónicas traz apreciáveis vantagens para a maioria dos assinantes da The Anglo-Portuguese Telephone Company Ltd. (William Pope).	3

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; .Id., Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO G' – Notícias favoráveis à APT publicadas por *O Radical* (1922-1927)**

#	Título	Data	N.º Pág.
1	A Companhia dos Telefones. Vão acompanhar os progressos da cidade?	15/04/1922	1
2	Os serviços dos telefones têm melhorado muito e serão, em breve, modelares.	19/07/1922	1
3	Os serviços dos telefones. Uma visita à estação Norte – Digam lá o que disserem, as instalações são modelares.	24/07/1922	1
4	Os serviços dos telefones. Fala-se das instalações e dos serviços – Um trabalho extenuante que é a coroa dum martírio!	25/07/1922	1
5	O progresso em marcha. A Companhia dos Telefones. Os seus serviços em Lisboa e Porto	03/04/1923	1
6	Porque é que em Lisboa não há 'Telefones' para toda a gente, ao alcance de todas as bolsas?	10/04/1924	1
7	Lisboa Moderna. Qual a forma de ter telefones em todas as casas a preços equitativos?	15/04/1924	1
8	Está lá?... A remodelação dos serviços telefónicos vai ser proposta, adotando-se o sistema de tarifas por chamadas?	21/08/1924	1
9	Uma greve.	12/11/1924	1
10	Os Telefones.	22/11/1924	1
11	Os Telefones. O novo decreto. "O Século" e as forças económicas.	26/11/1924	1
12	A reorganização telefónica só interessava o público! Mas o novo governo resolveu anulá-la. Passou «O Século» a ser o inspirador dos governos da República?	28/11/1924	1
13	Telefones. A nova Estação da Trindade.	28/05/1925	2
14	Companhia dos Telefones. Inauguração da nova Estação da Trindade.	30/05/1925	4
15	A nova estação telefónica Trindade. A sua inauguração.	01/06/1925	2
16	Telefones. As magníficas instalações da nova estação da Trindade – Lisboa dispõe hoje dum excelente serviço de comunicações telefónicas.	13/01/1926	1
17	O que é e o que vale a Companhia dos Telefones de Lisboa. Sempre melhorando o serviço público.	13/04/1926	1
18	Telefones. O melhor serviço público de Lisboa – Magníficas instalações – Pessoal assíduo e inteligente.	12/01/1927	1

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO H' – Notícias favoráveis à APT publicadas por *A Voz Pública* (1924-1928)**

#	TÍTULO	DATA	N.º PÁG.
1	A greve do pessoal dos telefones foi apenas parcial.	10/11/1924	2
2	A greve do pessoal dos telefones continua sem solução.	11/11/1924	2
3	A greve dos telefones continua estacionária.	12/11/1924	2
4	O pessoal dos telefones. Terminou hoje a greve.	13/11/1924	3
5	Um assunto importante. As tarifas telefónicas. Em prol dos interesses do povo.	29/11/1924	2
6	Companhia dos Telefones. A nova estação da Trindade, anteontem inaugurada, representa um melhoramento importante para a cidade de Lisboa. Uma visita rápida às suas magníficas instalações.	01/06/1925	1
7	A Companhia dos Telefones. Vem desenvolvendo uma ação progressiva, em tudo digna dos aplausos da cidade. O que é a sua nova e importante estação da Trindade.	02/06/1925	1
8	A Companhia dos Telefones. Vem dia a dia melhorando as benéficas condições em que serve o público.	07/04/1926	1
9	O problema da remodelação telefónica. O regime das chamadas. A quem aproveita? Quem se lhe opõe?	20/01/1928	1

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 2 [1923-1928]).

**ANEXO I' – Frequência de notícias publicadas pela imprensa a propósito da inauguração de três estações da APT em Lisboa e no Porto (1915-1925)<sup>928</sup>**

<b>Estação/local</b>	<b>Ano (mês) de inauguração</b>	<b>n.º de notícias publicadas</b>
Estação norte (Lisboa)	1915 (janeiro)	5
Nova estação da Picaria (Porto)	1925 (maio)	4
Estação da Trindade (Lisboa)	1925 (maio)	19
<i>Total</i>		<i>28</i>

Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT (AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922]; *Id.*, Vol. 2 [1923-1928]).

<sup>928</sup> Consideraram-se apenas as notícias incluídas nos livros de recortes da APT e as publicadas por ocasião da inauguração, excluindo-se as que anunciaram previamente o projeto ou que deram nota do seu andamento e também as que surgiram posteriormente (mais de duas semanas).

## DIÁRIO DO SENADO

*Intervenções sobre a APT encontradas no período 1911-1926, datas extremas em que funcionou a Câmara dos Deputados.*

#	Interventor	Legisl.	Sessão Legisl.	n.º	Data	Pág.	Intervenção (Companhia dos Telefones)
1	Ricardo Paes Gomes	1	2	128	28/06/1912	83-84	O Orador: — Contra o que eu protesto, como Senador. As propostas, porem, que apresento não envolvem aumento de despesa; ao contrário tendem a reduzi-la. [...] É pena que não esteja presente o Sr. Ministro do Fomento, porque desejava saber se não há a condição, no contracto com a Companhia dos Telefones, do Estado pagar metade da anuidade estabelecida para particulares. As casas comerciais pagam 50\$000 réis anualmente; portanto a metade desta importância é 25\$000 réis e não 36\$000 réis que eu vejo neste Orçamento. Que liberalidade é esta? O Ministério do Interior paga uma grande quantidade de telefones, porque há numerosos funcionários com telefone em suas casas. É raro o diretor geral, que não tem telefone da repartição para casa.
2	José Miranda do Vale	1	3	19	07/01/1913	8	O Sr. Miranda do Vale: _ Mando para a mesa o seguinte. Requerimento. Requeiro que, pelo Ministério do Fomento me seja fornecida cópia dos contratos em vigor com a Companhia dos Telefones. José Miranda do Vale. Mandou-se expedir.
3	José de Pádua	1	4	77	21/04/1914	7-9	Outro assunto, para que desejo chamar a atenção do mesmo Sr. Ministro, é para a Companhia dos Telefones, de que é vítima a população de Lisboa. É um verdadeiro Estado dentro do Estado, usufruindo privilégios e garantias, que em nenhum outro país lhe seriam concedidas, e servindo pessimamente o público. Tenho ouvido que o seu pessoal é mesquinamente remunerado, o que será talvez uma explicação; mas isso é uma questão de administração da Companhia, com que nada tenho. Quero ocupar-me apenas das irregularidades cometidas pela Companhia para com o público, irregularidades que, nalguns casos, representam verdadeiros abusos. Assim, a Companhia, por sua exclusiva conveniência, estabeleceu estações sucursais em Lisboa, e ultimamente a estação do Norte, à qual ficou ligado grande número de subscritores, que anteriormente estavam ligados à estação central, e podiam falar com qualquer outro subscritor sempre que este não estivesse falando com terceiro. Agora sucede que, muitas vezes, um subscritor da zona do Norte não pode falar a outro da zona central, embora este tenha livre o seu aparelho, porque nessa ocasião outros assinantes se estão servindo das linhas de comunicação. E quando possa falar, tem sempre de esperar o dobro do tempo, porque tem de pedir ligação a duas estações, o que representa, pois, sempre para o assinante um inconveniente expresso em tempo perdido. O preço das assinaturas é variável com a distância á estação. Os assinantes da zona norte continuam a pagar, como se continuassem ligados à estação central.

						<p>Quero dizer, continuam a pagar mais e passaram a ser pior servidos. Torna-se, necessário aumentar o número de linhas, ligando a estação central à estação norte, e obrigar a Companhia a só receber dos assinantes desta zona apenas o preço calculado pela distância à referida estação.</p> <p>Antigamente era dado ao subscritor um pequeno cartão, mediante o qual podia falar gratuitamente de qualquer cabine pública para qualquer assinante de Lisboa.</p> <p>Essa regalia desapareceu há muitos anos, e agora paga como qualquer outra pessoa, que não seja subscritor. Não me consta que esta alteração seja autorizada por qualquer novo contrato.</p> <p>Se um subscritor quiser ter em sua casa um outro telefone num outro gabinete, tem de pagar à Companhia anualmente mais 13\$50, quando o preço do aparelho e instalação devem ficar à Companhia por uma só vez, menos de metade do que ela cobra por ano.</p> <p>Cada telefone de mesa tem 1, m50 de fio; se o subscritor quiser maior extensão de fio, não lhe descontam aquele metro e meio. E relativamente uma pequena cousa, que com o que deixo apontado, mostra bem o espírito de exploradora ganância da Companhia.</p> <p>A Companhia publica uma vez por ano a lista dos seus assinantes, mas não publica, como já o fez, listas suplementares mensais ou pelo menos trimestrais com os novos assinantes. Era para ela uma pequena despesa e uma indispensável garantia para todos os assinantes, que se veem forçados a pedir sempre o número ao posto de reclamações. Este fecha relativamente cedo, impedindo assim de se poder falar a um novo assinante, porque o seu nome não vem ainda na lista e da estação se recusam a indicar o número.</p> <p>Chamo particularmente a atenção do Sr. Ministro para estes factos, obrigando a Companhia à publicação mensal da lista dos novos assinantes, e a dar ordem para que da estação digam sempre o número do novo subscritor que não vem ainda na lista.</p> <p>Eu creio que a Companhia está usufruindo privilégios que não tem, por isso eu peço ao Sr. Ministro do Fomento que examine devidamente o contrato, para no caso dela ter faltado a alguma das suas cláusulas, poder ser rescindido pelo Governo em benefício do público.</p> <p>Torna-se a meu ver necessário e urgente passar para o Estado o serviço dos telefones, lógico complemento dos telégrafos e correios, e que nunca deveria encontrar-se em mãos de estrangeiros.</p> <p>Enquanto porém isso se não puder realizar, indispensável se torna a intervenção de V. Exa., obrigando a Companhia a bem servir o público a atender as suas reclamações, e a cumprir é seu contrato.</p> <p>Faço todas estas reclamações perante V. Exa. por serem inúteis as reclamações à Companhia.</p> <p>Já uma vez fui tão indelicadamente recebido por um diretor inglês, que resolvi não mais lá voltar.</p> <p>O Sr. Ministro do Fomento (Aquiles Gonçalves): — [...]</p> <p>Pelo que diz respeito ao Sr. José de Pádua, S. Exa. referiu-se a dois pontos: ás vinhas filoxeradas e à Companhia dos telefones.</p> <p>Com relação às vinhas, vou encarregar um agrónomo de fazer os estudos.</p>
--	--	--	--	--	--	--

							<p>Quanto à Companhia dos telefones, o remédio está na revisão do contrato, se é que nisso está, porque se há serviços que melhoram passando para o Estado, outros há que pioram.</p> <p>Em todo o caso, tomei nota das reclamações de V. Exa. para as atender, se possível for.</p> <p>Referiu se também o Sr. José de Pádua à má remuneração do pessoal da Companhia doe Telefones. Como V. Exa. compreende, a esse respeito nada posso fazer. Afigura-se-me que a solução para todos os inconvenientes apontados pelo ilustre Senador está na revisão dos contratos.</p> <p>Todavia, enquanto essa revisão se não faz, pedirei ao comissário do Governo junto da Companhia que tome as suas providências sobre o que for irregular. O orador não reviu.</p> <p>O Sr. José de Pádua: — Ah!... Existe um comissário do Governo junto da Companhia dos Telefones ? !</p> <p>O Sr. Ministro do Fomento (Aquiles Gonçalves): — Existe!</p> <p>O Sr. José de Pádua: — Os meus parabéns ao Estado!...</p>
4	Afonso Cordeiro	1	4	146	06/01/1915	5	<p>O Sr. Afonso Cordeiro: — Mando para a Mesa o seguinte</p> <p>Requerimento</p> <p>Requeiro que, com urgência, me seja enviada a cópia do alvará de concessão do serviço de telefones, na cidade do Porto e concelhos limítrofes, bem como todos os demais documentos com referência à concessão respetiva. Outrossim, que me sejam enviados, pedindo-os à repartição respetiva, os volumes já publicados sobre o último censo da população. — O Senador, Afonso Cordeiro.</p> <p><i>Mandou-se expedir.</i></p>
5	Severiano José da Silva	3	2	18	05/02/1919	10-11	<p>O Sr. Severiano José da Silva: — Desejava que estivesse presente o Sr. Ministro do Comércio, mas como S. Exa. não está nesta sala peço ao Sr. Ministro da Agricultura que lhe transmita as considerações que vou fazer.</p> <p>Todos os dias, a todas as horas, nós somos incomodados, pela forma como funcionam os telefones. É uma coisa horrível! Ainda há momentos, estando eu a falar para o Ministério da Justiça, uma empregada da estação permitiu-se o direito de cortar a ligação, não tendo maneira de continuar a falar para lá.</p> <p>Todos sabem como funciona o serviço dos telefones, não sendo, portanto, necessário citar factos. O que é preciso é dar remédio ao mal.</p> <p>Outro dia vinha publicado no Diário de Notícias um comunicado do Sr. Schroeder, lembrando ao Sr. Ministro do Comércio que em tempo se tinha feito o necessário estudo ou plano para a construção duma rede em Lisboa, explorada pelo Estado, que seria o seu detentor.</p>

							<p>O Sr. Adães Bermudes: — O serviço dos telefones deve ser municipalizado.</p> <p>O Sr. Severiano José da Silva: — Ora eu sei que o Estado já tem a sua rede, tanto aqui como no Porto, mas simplesmente aberta à subscrição pública interurbana (entre Lisboa e Porto). O que falta é a linha à subscrição pública interurbana (entre Lisboa e Porto). O que falta é a linha à subscrição pública interurbana (dentro de Lisboa e dentro do Porto). (<i>Apoiados</i>).</p> <p>O facto existe, e eu pedia que se transmitisse ao Sr. Ministro do Comércio este desejo e de que ele fosse posto em prática,</p> <p>O Sr. Ministro da Agricultura (Jorge Nunes): —Eu comunicarei ao meu colega essas considerações, que tomará decerto na maior atenção.</p>
6	Ernesto Júlio Navarro	4	2	17	17/02/1921	3	<p>-Para a Secretaria.</p> <p>Desejando interpelar, em breve, o Sr. Ministro do Comércio, sobre o irregularíssimo e escandaloso serviço da Companhia Anglo Portuguesa de Telefones, requeiro que, pelo Ministério do Comércio, me seja fornecida uma nota urgente da data de todos os diplomas legais a que a referida companhia está sujeita. — Ernesto Júlio Navarro.</p>
7	Júlio Ribeiro	4	2	26	09/03/1921	2-3	<p>O Sr. Júlio Ribeiro: — Sr. Presidente: vou enviar para a Mesa um projeto de lei dando preferência, para professores de instrução primária, nos respetivos concursos, àqueles que estiveram na Grande Guerra.</p> <p>[...]</p> <p>Outrossim envio para a Mesa um telegrama que acabo de receber da Câmara Municipal do Porto, protestando contra o aumento do preço dos telefones por virtude do um decreto com efeito retroativo.</p>
8	Pereira Osório	4	2	40	19/04/1921	4-6	<p>O Sr. Pereira Osório: — Sr. Presidente: visto achar-se presente o Sr. Ministro do Comércio vou tratar ligeiramente de dois assuntos, acerca dos quais já particularmente falei com S. Exa.</p> <p>Um deles refere-se aos telefones.</p> <p>Pelo decreto n.º 2:253, a Companhia dos Telefones, que é uma verdadeira sanguessuga da economia nacional, não contente com o enorme aumento de lucros que esse decreto lhe proporcionou, ainda resolveu proceder da seguinte forma:</p> <p>Como S. Exa. sabe os telefones requisitados pelo Estado têm 50 por cento de abatimento, aproveitando-se os delegados do Ministério Público desse benefício que o decreto lhes concede, pelo que pagam só metade da importância que qualquer particular paga pela utilização do telefone. Sucede, porém, que a Companhia, pondo de parte a obrigação que o decreto lhe impõe, dirigiu ao delegado de uma das varas um ofício, no qual declara que</p>

							<p>considera o telefone desse magistrado como se fosse de um escritório comercial, e portanto obrigando-o a pagar mais do que pagaria se não fosse requisitado pelo Estado. Ora pagando uma casa comercial no máximo de distância 463\$ o telefone requisitado pelo Estado vinha a custar 200 e tantos escudos, isto é, mais do que pagaria se não se utilizasse do benefício que a lei concede aos telefones requisitados pelo Estado.</p> <p>V. Ex.a compreende bem o abuso que a Companhia está fazendo, e que é intolerável. É preciso que V. Exa. tome as necessárias providências para que a Companhia cumpra à risca o decreto n.º 7:353, e portanto que ela não considere, como não pode considerar, comercial os telefones requisitados pelo Estado, tanto mais que como V. Exa. sabe os delegados do Ministério Público e os curadores dos órfãos não podem exercer a advocacia. É portanto um abuso a que V. Exa. deve pôr cobro.</p> <p>Evidentemente que se pode dizer que quem tiver esses telefones se pode recusar a pagar esse aumento ou mesmo a não deixar retirar os aparelhos, mas isto de nada vale porque a Companhia corta as comunicações, ou dá ordem para a Central para não atenderem os pedidos de ligação, o que equivale a não ter telefone.</p> <p>O Sr. Ministro do Comércio e Comunicações (António Fonseca): — Sr. Presidente, duas foram as questões versadas pelo Sr. Pereira Osório: uma relativa às tarifas dos telefones, outra respeitante à Bolsa do Porto.</p> <p>Quanto à primeira, evidentemente que eu mo associo às considerações feitas per S. Exa., entendendo que a lei deve ser cumprida e interpretada conforme o tem sido até agora, no que se refere à redução de 50 por cento no aluguer dos telefones utilizados p los magistrados judiciais.</p> <p>Vou chamar a atenção da Companhia para os casos a fim de que, repito, a lei seja interpretada como o deve ser.</p>
9	Carlos Costa	6	2	58S1	16/05/1924	43	<p>O Sr. Carlos Costa: — Sr. Presidente: os jornais de hoje noticiam que foi ontem assinado um decreto autorizando a Companhia dos Telefones a fazer um aumento de 25 por cento sobre as tarifas atuais.</p> <p>Eu não posso deixar de protestar contra esta forma de resolver greves. Já em março deste ano a Companhia foi autorizada a fazer um aumento de 30 por cento; agora concedem-lhe outro de 25 por cento.</p> <p>Não acho razão para este novo aumento. Os artigos que a Companhia importa são em quantidade insignificante; os cabos já há muito estão instalados, e os telefones são também em pequeno número; acresce ainda que de há meses para cá o câmbio tem melhorado. Segundo me informam, a Companhia quer o aumento para o seguinte: durante muitíssimo tempo teve ao seu serviço engenheiros competentes, diplomados pelo Instituto Superior Técnico, a quem contudo pagava uma ridicularia; substituiu-os -por pessoal inglês, com menos habilitações, mas a quem paga pelo menos três libras ouro por dia!</p>

							<p>Se a Companhia não pode com os encargos, o que tem a fazer é abandonar o campo. Estou convencido de que, abrindo-se depois concurso, não faltariam concorrentes oferecendo mais vantagens e ela seria mesmo a primeira a concorrer, pois não lhe convirá retirar o material e instalações que tem.</p> <p>Eu espero que esse decreto não será publicado.</p> <p>Vozes:— Muito bem, muito bem</p>
10	Carlos Costa	6	2	81	11/07/1924	4	<p>O Sr. Carlos Costa: — Sr. Presidente: desde o dia 17 do mês passado que estou inscrito para quando estiver presente o Sr. Ministro do Comércio. O anterior titular da pasta não compareceu durante muitos dias nesta casa, veio a crise ministerial, e depois de resolvida o novo Ministro ainda cá não apareceu;</p> <p>[...]</p> <p>Aproveito a ocasião para pedir a V. Exa. o favor de transmitir ao Sr. Ministro do Comércio uma reclamação contra a Companhia dos Telefones.</p> <p>Essa Companhia tinha a linha do Lumiar como linha interurbana, estendendo-se um ramal dessa linha ao Instituto do Odivelas.</p> <p>Muitas pessoas que têm crianças nesse Instituto fizeram-se assinantes da Companhia para poderem ter ligações com Odivelas; agora a Companhia transformou a linha em suburbana, de forma que as chamadas são pagas, o que representa também para o Estado um grande encargo.</p> <p>A Companhia não respeita os contratos que tem com os subscritores, e por isso eu pedia a intervenção de S. Ex.a o Sr. Ministro do Comércio.</p> <p>O delegado do Governo junto da companhia declarou que nada podia fazer em benefício do Estado, esquecendo-se de que os telefones do Lumiar, aquém das antigas portas da cidade, também passaram à categoria de suburbanos.</p> <p>V. Exa. está vendo qual era a resposta que merecia este delegado do Governo.</p> <p>Era a demissão imediata.</p> <p>Tenho dito.</p> <p>O Sr. Presidente: — Levarei ao conhecimento do Sr. Ministro do Comércio as reclamações de V. Exa.</p>
11	Ernesto Júlio Navarro	6	2	84	18/07/1924	2	<p>Requeiro que, pelo Ministério do Comércio, me sejam enviados os seguintes informes:</p> <p>a) Nota dos telefones que, por despacho do Conselho de Ministros do último Governo, foram suprimidos a vários funcionários públicos, pelos diferentes Ministérios;</p> <p>b) Economia que resultou desta medida;</p> <p>c) Quais as compensações dadas pela Companhia dos Telefones em troca da diminuição de encargos resultante daquela supressão;</p> <p>d) Nota dos Ministérios onde foi conservado o telefone aos chefes de repartição;</p> <p>e) Despachos posteriores modificando o despacho a que se refere a alínea a).</p> <p>Novamente se pedem as informações solicitadas em 12 de maio e que ainda não foram remetidas. — Ernesto Júlio Navarro.</p>

							<i>Mandou-se expedir.</i>
12	Joaquim Crisóstomo	6	2	87	25/07/1924	8	A Companhia dos Telefones, que vive num regime de exceção, com telefones num estado tal que é preferível, todos o conhecem, não falarmos por eles; um serviço vergonhoso, que constitui quase um exclusivo, não tem direito de cortar telefones dizendo que o faz porque o Estado não lhe paga. Porque é que o Estado não toma conta da Companhia e não a mete na ordem?
13	Carlos Costa	6	2	100	04/11/1924	6	O Sr. Carlos Costa: — Sr. Presidente: numa das sessões do junho último, fiz uma reclamação ao Sr. Ministro do Comércio, relativa à Companhia dos Telefones, sobre uma linha suburbana que passava sobre Odivelas. A informação que a esse respeito existe no Ministério do Comércio é a prestada pelo fiscal do Governo junto da Companhia dos Telefones, mas essa informação é errada, pois diz o referido delegado do Governo que em Odivelas há uma estação especial, o que não é verdade. Chamo por isso a atenção do V. Exa., para fazer constar ao Governo que o fiscal faltou à verdade. Tenho dito. <i>O orador não reviu.</i>
14	Carlos Costa	6	2	107	21/11/1924	2-3	O Sr. Carlos Costa: — Sr. Presidente os jornais de hoje noticiam que foi ontem assinado um decreto autorizando a Companhia dos Telefones a fazer um aumento de 25 por cento sobre as tarifas atuais. Eu não posso deixar de protestar contra esta forma de resolver greves. Já em março deste ano lhe foi autorizado um aumento de 30 por cento; agora vão conceder-lhe um outro aumento de 25 por cento. Eu não acho razão para este novo aumento, pois que as matérias primas que a Companhia importa são insignificantes, visto os cabos estarem estabelecidos e os telefones terem depósito, e mesmo de março para cá o câmbio tem melhorado. A Companhia se precisa do aumento é para o seguinte: durante muitíssimo tempo teve engenheiros diplomados pelo Instituto Superior Técnico, competentíssimos, a quem pagava uma miséria e substituiu-os agora por pessoal inglês, que não tem habilitações e a quem paga pelo menos três libras por dia! É para arranjar dinheiro para pagar este pessoal que a Companhia anda atrás do Sr. Ministro do Comércio. Se a Companhia não pode com os encargos do pessoal, o que tem a fazer é abandonar o campo, porque eu estou convencido de que, abrindo-se depois concurso não faltariam concorrentes, e ela seria mesmo a primeira a concorrer. Eu espero que esse decreto não será publicado. Vozes: — Muito bem, muito bem. <i>O orador não reviu.</i>
15	João Carlos Costa	6	3	19	03/03/1925	7	O Sr. João Carlos Costa: —Sr. Presidente: se não considerasse urgente o assunto que vou tratar aguardaria a apresentação do novo Ministro do Comércio para fazer as considerações que vou produzir. Não as podendo fazer diretamente, peço a V. Exa., Sr. Presidente, a fineza de lhas transmitir. A Companhia dos Telefones, depois de várias diligências feitas quando era Ministro o Sr. Pires Monteiro, conseguiu obter uma modificação no seu contrato, pela qual ela auferia grandes vantagens. Tempos depois, e já quando o

						<p>anterior Ministro tinha tomado conta da sua pasta, foi, por proposta de um dos membros desta Câmara, e com o voto unânime de todo o Senado, aprovada uma moção convidando o então Ministro do Comércio a anular o decreto que tinha sido promulgado pelo Governo.</p> <p>O Ministro do Comércio satisfaz a indicação do Senado; porém, como a Companhia dos Telefones estivesse habituada a ver o que se tem feito com as outras Companhias, denominadamente a Companhia das Águas, não desistiu dos seus intentos e trouxe de novo a questão perante o Governo</p> <p>Várias comissões têm procurado o Sr. Ministro do Comércio, pedindo a publicação dum decreto aumentando novamente as tarifas dos telefones, não obstante já terem sido aumentadas em 30 por cento o ano passado.</p> <p>Numa ocasião em que os Governos se empenham em baratear a vida, e o telefone não é um objeto de luxo, mas uma coisa necessária, não me parece razoável o que se pretende fazer, e certamente a maior parte daqueles que tiverem de pagar o aumento procurarão arranjar mais receitas; quer nos serviços que prestam, quer nos artigos que vendem. Mas há um aspeto muitíssimo mais grave da questão, e é para ele que eu chamo a atenção de V. Exa., Sr. Presidente. Diz-se na Companhia dos Telefones o seguinte: «As tarifas serão aumentadas porque a Companhia assim o determinou».</p> <p>Como parlamentar e como português, não posso deixar de protestar energicamente contra tal afirmativa.</p> <p>Há pouco tempo foi nomeada uma comissão para apreciar a situação da Companhia, tendo chegado à conclusão de que para ela fazer as suas despesas não necessita aumentar as tarifas. A receita da Companhia orça por cerca de 12:000 contos anuais, quantia mais que suficiente para os seus encargos e até para pagar 40 contos por ano a cada um dos seus empregados ingleses; mas o que ela quer, afinal é transferir para Londres um elevado juro do capital que dali recebeu a quando da sua instalação.</p> <p>Parece-me, pois, Sr. Presidente, que, depois dos trabalhos da comissão a que aludi, não há razão nenhuma para aumentar as tarifas.</p> <p>Tenho dito.</p> <p>O Sr. Presidente: —Eu transmitirei ao Sr. Ministro do Comércio as considerações de V. Exa.</p>
--	--	--	--	--	--	---

## DIÁRIO DAS SESSÕES (Assembleia Nacional)

*Intervenções sobre a APT encontradas no período 1935-1948, tendo como ano de partida o início de funcionamento da Assembleia Nacional.*

#	Interventor	Legisl.	Sessão Legisl.	n.º	Data	Pág.	Intervenção (Companhia dos Telefones)
1	Artur Leal Lobo da Costa	1	1	15	19/02/1935	284-285	<p>O Sr. Lobo da Costa: - Mando para a Mesa vários projetos de lei e que são referentes a sindicâncias e inquéritos; [...] a instalação de registadores de chamadas dos telefones de tarifas por chamadas; [...].</p> <p>Representando inegavelmente qualquer sindicância ou inquérito pelo menos uma suspeita sobre a honorabilidade ou regularidade no desempenho das funções oficiais que cabem a qualquer organismo, coletividade ou individualidade, e não sendo justo que o Estado deixe conscientemente pender sobre alguém suspeitas infundadas, como já tem sucedido, não se tornando públicos os resultados das sindicâncias ou inquéritos realizados, torna-se necessário estatuir, com carácter definitivo, as normas a seguir nesta eventualidade.</p> <p>Por isso, tenho a honra de apresentar o seguinte</p> <p>[...]</p> <p>Sem que se pretenda apreciar o infeliz contrato realizado em janeiro de 1928 com a Companhia Anglo-Portuguesa de Telefones, obrigando ao regime de tarifas por chamadas, verificam-se tais anomalias que urge pôr-lhes termo, no interesse dos que têm de utilizar-se dos seus serviços, hoje quase indispensáveis, e da própria Companhia, que deve empregar todos os seus esforços em conquistar as simpatias e a confiança do público.</p> <p>São muitas as vantagens de que a Companhia desfruta, mas em contrapartida são os seus assinantes sobrecarregados com várias quantias cobradas a qualquer pretexto.</p> <p>Mas o que a tudo sobreleva em iniquidade é o facto de a Companhia não facultar ao assinante a fiscalização do seu consumo por um contador ou registador de chamadas, forçando-o a pagar arbitrariamente as quantias por ela impostas, sob o imediato risco de ver cortadas as comunicações, sem o menor respeito pelos direitos adquiridos.</p> <p>De resto, nos demais serviços públicos, como os da eletricidade, gás e água, o consumidor tem junto de si o contador, que vai registando à sua vista o respetivo consumo, ainda com o direito de reclamação, se se reconhecer, como algumas vezes sucede, que ele não funciona com regularidade.</p> <p>Com a Companhia dos Telefones dá-se precisamente o contrário. Como o assinante não vê o aparelho registador das suas chamadas, por este se encontrar instalado nos edifícios da Companhia, não lhe é possível, por isso mesmo, reclamar contra qualquer irregularidade, a que até aquela pode ser estranha, nem tão pouco regular a utilização do seu telefone.</p>

							<p>Justifica-se, portanto, no interesse de ambas as partes - o público, porque se trata de um encargo que é importante, e a Companhia, porque lhe interessa o seu bom nome e a confiança dos seus subscritores - a promulgação de uma medida que ponha de vez termo a esta flagrante anomalia.</p> <p>Nestes termos tenho a honra de apresentar o seguinte</p> <p>Projeto de lei</p> <p>BASE ÚNICA. - A Companhia Anglo-Portuguesa de Telefones fica obrigada, a exemplo dos demais organismos a que estão confiados os serviços públicos de eletricidade, gás e água, a montar, como complemento do telefone de tarifa por chamadas, no domicílio do assinante, um contador ou registador de chamadas, sem aumento, para aquele, dos encargos que atualmente lhe competem.</p> <p>§ único. À mesma Companhia será concedido o prazo indispensável, de acordo com as estações técnicas competentes, para cumprimento desta lei.</p> <p>Assembleia Nacional, 19 de fevereiro de 1935. - O Deputado <i>Artur Leal Lobo da Costa</i>.</p>
2	Artur Leal Lobo da Costa	1	3	117	11/02/1937	436	<p>O Sr. Lobo da Costa: - Sr. Presidente: pedi a palavra para mandar para a Mesa dois requerimentos, que peço licença para ler:</p> <p>São os seguintes:</p> <p>Requerimentos</p> <p>«Desejando oportunamente tratar em aviso prévio da espoliação de que é vítima o público que necessita utilizar os serviços telefônicos da Companhia Anglo-Portuguesa de Telefones, e da deficiência destes serviços, requero que pelo Ministério das Obras Públicas e Comunicações me sejam fornecidas urgentemente as informações a seguir discriminadas, que deverão ser dadas pelos fiscais do Governo junto da mesma Companhia e pela Administração Geral dos Correios e Telégrafos:</p> <p>1.º Pelos processos atuais de exploração dos serviços telefônicos e pelo funcionamento da sua aparelhagem, por tarifas de chamadas, aparelhos automáticos, cabines públicas, caixas-mealheiro e chamadas por períodos de tempo, etc., estão absolutamente respeitados, defendidos e assegurados os interesses e direitos do público e dos assinantes, não só pagando arbitrariamente à Companhia serviços não prestados nem utilizados?</p> <p>2.º Os assinantes e o público têm à sua disposição os meios práticos e garantidos de verificar, fiscalizar e controlar a absorção e utilização das quantias que muito adiantadamente foram forçados a entregar à Companhia?</p> <p>3.º Qual a entidade ou organismo perante quem o público e os assinantes podem reclamar dos débitos indevidos, por serviços não prestados pela Companhia, e quem julga ou resolve sobre essas reclamações?</p>

							<p>4.º Qual a disposição legal que permitia à Companhia pagar-se do dinheiro que lhe fora confiado para fim diferente, de 2\$50, pelo custo da nota de chamadas (fatura)?</p> <p>5.º Tem a Companhia utilizado tarifas de modalidades diferentes das permitidas pelos contratos em vigor? Em caso positivo, indicação dessas modalidades e do quem as utiliza.</p> <p>6.º Além dos telefones que a Companhia é obrigada a fornecer gratuitamente ao Estado, tem mais alguns instalados em condições idênticas ou similares? Em caso positivo, indicação de quem os utiliza, das disposições legais que tal permitem e da percentagem correspondente cobrada pelo Estado».</p> <p>Em 11 do fevereiro de 1937. - O Deputado Artur Leal Lobo da Costa.</p>
3	Formosinho Sanches	2	1	14	10/01/1939	96	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Sr. Presidente: sendo a primeira vez que uso da palavra, dirijo a V. Ex.ª os meus cumprimentos e aos meus ilustres colegas desejo assegurar a sincera afirmação duma colaboração leal e correta.</p> <p>Pedi a palavra para requerer que me sejam fornecidos dados para poder fazer um estudo consciente de um contrato que existe entre uma companhia estrangeira e o Estado português, e se o faço é porque tenho na minha mão elementos que me podem provar o seguinte: os aparelhos dessa companhia são sensíveis de mais e estou certo de que o são: mas a minha bolsa também é bastante sensível para sentir a sensibilidade dos aparelhos dessa companhia.</p> <p>Em agosto e setembro estive ausente na praia do Baleal. Fechei a minha casa, desliguei o telefone, guardei-o no guarda-fato, que fechei à chave, e levei comigo essa chave. Pois a companhia apresenta de 16 de agosto a 15 de setembro 32 chamadas e de 16 de setembro a 14 de outubro 50 chamadas!</p> <p>Em casa apenas me ficou um cágado. Se o cágado falou ao telefone não sei... (Risos).</p> <p>Nestas condições venho pedir que me seja fornecido o texto do contrato existente entre o Estado e a Companhia dos Telefones, assim como tudo quanto mais haja relativo à execução das respetivas cláusulas.</p>
4	Formosinho Sanches	2	1	20	18/01/1939	151	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Pedi a palavra para mandar para a Mesa um requerimento solicitando determinadas informações, assim redigido:</p> <p>Necessitando, para complemento dos estudos que estou fazendo sobre a forma como a Companhia dos Telefones tem dado cumprimento ao disposto no artigo 15.º do decreto-lei n.º 26:710 no que respeita ao modelo adotado de fiscalizadores de chamadas, de saber quais e quantos têm sido os estudos feitos pela Administração Geral dos Correios. Telégrafos e Telefones a tal respeito, e quais os resultados a que até agora se tom chegou, roqueiro com urgência me sejam fornecidos tais elementos.</p> <p>Assembleia Nacional, 18 de janeiro de 1939. - O Deputado José Teodoro dos Santos Formosinho Sanches.</p>
5	Formosinho Sanches	2	1	22	20/01/1939	168	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Pedi a palavra para mandar para a Mesa o seguinte requerimento:</p> <p>Requeiro que me seja fornecida cópia do último relatório do delegado do Governo junto da Companhia dos Telefones.</p> <p>Assembleia Nacional, 20 de janeiro de 1939. - O Deputado José Teodoro dos Santos Formosinho Sanches.</p>

6	Formosinho Sanches	2	1	34	09/02/1939	331	<p>O Sr. Presidente: - Tem a palavra o Sr. Deputado Formosinho Sanches.</p> <p>O Sr. Formosinho Sanches: - Sr. Presidente: lamentando, mas não estranhando, a demora no fornecimento dos elementos que pedi sobre o contrato existente com a Companhia dos Telefones e suas alterações; sobre o número de estudos feitos e respetivos resultados, quanto a aparelhos marcadores de chamadas, e cópia do ultimo relatório do delegado do Governo junto da Companhia, resolvi colher particularmente esses elementos, e como eles me chegam e sobram para estar bem elucidado quanto ao que desejava, resolvo apresentar o seguinte aviso prévio:</p> <p>Desejo tratar do contrato existente com a The Anglo-Portuguese Telephone Company Limited, contrato estabelecido pelo decreto-lei n.º 26:716 e seu anexo, bem como das alterações nele introduzidas pelo decreto-lei n.º 23:715 e seu anexo.</p> <p>Bem assim desejo chamar a atenção do Governo para a forma como essa Companhia tem dado cumprimento ao disposto nos referidos decretos.</p> <p>Assembleia Nacional, 9 de fevereiro de 1939. - O Deputado José Teodoro dos Santos Formosinho Sanches.</p>
7	Formosinho Sanches	2	1	37	14/02/1939	346	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Sr. Presidente: envio para a Mesa o seguinte requerimento:</p> <p>Requeiro me seja fornecida cópia do parecer dos Serviços de Ação Social, do Instituto Nacional do Trabalho e Previdência, sobre pensões e reformas do pessoal da Companhia dos Telefones, e bem, assim cópia do parecer n.º 2:857 dos mesmos serviços.</p> <p>Assembleia Nacional, 14 de fevereiro de 1939. - O Deputado José Teodoro dos Cantos Formosinho Sanches.</p>
8	Formosinho Sanches	2	2	55	13/12/1939	46	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Peço a palavra.</p> <p>O Sr. Presidente: - Tem a palavra o Sr. Deputado Formosinho Sanches.</p> <p>O Sr. Formosinho Sanches: - Sr. Presidente: pedi a palavra para perguntar a V. Ex.<sup>a</sup> quando é que marca o dia para eu realizar o aviso prévio que fiz há tempos sobre a Companhia dos Telefones.</p> <p>O Sr. Presidente: - V. Ex.<sup>a</sup>, efetivamente, pelas notas que aqui tenho, anunciou na sessão de 9 de fevereiro do corrente ano um aviso prévio.</p> <p>Ora, tendo examinado com atenção a matéria do aviso prévio de V. Ex.<sup>a</sup>, as informações que tenho a dar-lhe são as seguintes: a matéria da segunda parte do seu aviso prévio pelo qual V. Ex.<sup>a</sup> se propunha chamar a atenção do Governo quanto à forma como a Companhia dos Telefones tem procedido com relação ao cumprimento do seu contrato com o</p>

						<p>Estado não é matéria própria de aviso prévio, mas matéria que V. Ex.<sup>a</sup> pode versar antes da ordem do dia. Quando V. Ex.<sup>a</sup> quiser usar da palavra para esse efeito conceder-lha-ei, porque não se trata de qualquer assunto de administração pública.</p> <p>Pelo que respeita à primeira parte, efetivamente é assunto que pode ser versado em aviso prévio, mas, naturalmente, separada a primeira parte da segunda, o aviso prévio não terá interesse; V. Ex.<sup>a</sup> dirá só lhe convém insistir na realização do seu aviso prévio limitado à primeira parte ou se mantém o seu desejo quanto à segunda.</p> <p>Se V. Ex.<sup>a</sup> insiste em fazer o aviso só relativamente à primeira parte, eu então poderei marcar o aviso para data oportuna.</p> <p>O Orador: - Sr. Presidente: se pedi a palavra para tratar da maneira como a Companhia dos Telefones cumpriu os contratos feitos com o Governo foi por me parecer que, tratando-se de um assunto de interesse público e de uma companhia que tem a seu cargo um serviço público diretamente fiscalizado por entidades oficiais, fiscalização essa que não tem sido feita de maneira a merecer louvores, o caso merece aqui ser tratado. No entanto respeito a opinião de V. Ex.<sup>a</sup> e peço que numa das próximas sessões me seja dada a palavra para antes da ordem do dia, a fim de ver se nesse curto espaço de tempo posso esclarecer a Assembleia e pedir ao Governo as providências necessárias.</p> <p>O orador não reviu.</p> <p>O Sr. Presidente: - E pelo que respeita à primeira parte?</p> <p>O Orador: - A primeira parte só não interessa.</p> <p>O Sr. Presidente: - V. Ex.<sup>a</sup> terá a palavra no período de antes, da ordem do dia de uma das próximas sessões para tratar do assunto que deseja.</p>	
9	Formosinho Sanches	2	2	57	15/12/1939	67-72	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Sr. Presidente: de há muito que de todos os lados grande clamor se levanta em volta da questão de chamadas marcadas a mais pela Companhia dos Telefones.</p> <p>Que os contadores da Companhia marcam chamadas que se não fazem é fora de dúvida.</p> <p>Quando declaro que a Companhia cobra chamadas a mais quero dizer e digo que são os contadores das chamadas que as marcam e não que é a Companhia que propositadamente as manda incluir nas suas contas a cobrar. Tenho pelas pessoas que fazem parte da Companhia dos Telefones a consideração que me merecem todas as pessoas de bem.</p> <p>O telefone, que deveria constituir uma comodidade, tornou-se, pelo contrato realizado em janeiro de 1928, um aparelho incómodo, servindo de constantes arrelias e preocupações para quem, por absoluta necessidade, tem a infelicidade de não o poder dispensar.</p> <p>Vou tentar provar, e isso não me é difícil, que existem de facto chamadas marcadas a mais pela Companhia.</p>

						<p>Começarei por ler a V. Exas. parte de um ofício do chefe de repartição da Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones, dirigido ao diretor dos serviços de exploração em 13 de fevereiro de 1939, que diz:</p> <p>A leitura por fotografia dos contadores e uma disciplina rigorosa nos serviços deverão manter os erros provenientes destas deficiências, que em absoluto se não podem evitar, num nível compatível com os interesses materiais dos assinantes e moral da Companhia.</p> <p>Isto não é por mim inventado, mas sim concluído pelo chefe da repartição por onde tais assuntos correm. Interessante é também a leitura de uma passagem do relatório sobre a gerência da Anglo-Portuguese Telephone respeitante ao ano de 1936 e que só em 2 de abril de 1938 foi apresentado pelo fiscal administrativo da Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones junto daquela Companhia.</p> <p>Na leitura que vou passar a fazer mostra-se bem o embaraço em que se vê o mesmo fiscal e vem provar, ao mesmo tempo, quanta razão assiste aos assinantes da Companhia quando clamam bem alto a sua desdita:</p> <p>Poucas reclamações me foram apresentadas pelos assinantes em 1930. Das que tinham a sua origem em simples divergências de interpretação de cláusulas contratuais nenhuma dificuldade ofereceu a sua resolução. Outro tanto não se pode dizer das que foram originadas em divergências de contagem de chamadas. Estas têm-me criado dificuldades que me sinto incapaz de remover, à falta de elementos que me permitam ajuizar de que lado está a razão: se da parte da Companhia se da parte dos assinantes.</p> <p>Mas no número dos que reclamam aparecem, por vezes, pessoas que, pela sua categoria social, seriam incapazes de falar à verdade ou de apresentarem quaisquer reclamações se não estivessem absolutamente possuídas da razão que lhes assistia.</p> <p>Daqui resulta que, colocadas as coisas neste pé de intransigência, me vejo impotente para me pronunciar a favor de uma ou de outra parte, e o assinante, por fim, acaba sempre por ceder, ante a ameaça do corte de ligações por falta de pagamento, e eu por assumir, contrafeito, uma atitude de neutralidade, que não poderei, contudo, deixar de manter enquanto outros elemento de apreciação não tiver ao meu alcance.</p> <p>Este problema parece-me, no entanto, que exige cuidadoso estudo e urgente resolução, pois prevejo que ele virá, em futuro próximo, a assumir um aspeto bastante grave.</p> <p>O Sr. Cancela de Abreu: -Isso era?...</p> <p>O Orador:-Isto era em 1936.</p>
--	--	--	--	--	--	---

						<p>A leitura desta passagem dispensa quaisquer comentários, tão clara é a forma como está redigida, e pena é que, quando nessa data, abril de 1938, se pedia urgente resolução do problema, tenhamos chegado até hoje sem que nada se tenha feito ou pelo menos se veja feito.</p> <p>A 14 de Fevereiro de 1939 o administrador adjunto da Administração Geral dos Correios, ao apresentar a S. Ex.<sup>ª</sup> o Sr. Ministro das Obras Públicas e Comunicações os elementos a fornecer à Presidência do Conselho e por mim aqui requeridos, diz o seguinte:</p> <p>Os erros puramente de ordem administrativa que nestas condições se podem produzir e que creio realmente não se podem evitar de uma maneira absoluta, dada a operação inicial de leitura dos contadores, extremamente morosa e fatigante, não julgo serem de importância superior àqueles que certamente advirão de outros contadores (água, electricidade, gás) que o público possui em suas casas e que podem estar sensivelmente desregulados, mas com cujo uso já está plenamente identificado.</p> <p>... O público é que já está plenamente identificado com os contadores desregulados ...</p> <p>Risos.</p> <p>E por fim chega às conclusões que vou ler, dispensando-me de comentar a conclusão 2.<sup>ª</sup>, que, pelo seu humorismo, merece que para ela chame a atenção da Câmara:</p> <p>a) que o erro por leitura é compensado sempre no mês seguinte e pode dar lugar a reclamações;</p> <p>b) que os erros contra a Companhia não provocam reclamações; (Risos).</p> <p>c) que muitas reclamações provêm do facto de a contagem particular feita pelo assinante e a feita pela Companhia não se produzirem em datas idênticas.</p> <p>Pelo que se vê, são as entidades a quem compete a fiscalização direta dos serviços da Anglo-Portuguese Telephone que concordam em dizer, por vezes, que a aparelhagem é falível e que pode, por defeitos do seu funcionamento, causar prejuízos ao público e à Companhia.</p> <p>As brigadas externas que fazem chamadas de serviço têm linhas que devem utilizar, mas quantas vezes essas brigadas utilizam as linhas dos assinantes! E eis assim explicada uma das razões por que em casas desabitadas os telefones aparecem com chamadas marcadas.</p> <p>Com tudo o que acabo de expor parece-me que posso concluir que não falto à verdade quando afirmo que a Companhia cobra chamadas que, embora marcadas pelos seus contadores, não foram feitas, nem aproveitadas, por quem tem de as pagar.</p> <p>Apoiados.</p>
--	--	--	--	--	--	---

						<p>Sr. Presidente: pelo artigo 15.º do anexo ao decreto-lei n.º 26:716 a Companhia é obrigada a instalar no local dos postos assinantes aparelhos fiscalizadores de chamadas.</p> <p>Esta obrigação data, pois, de 23 de junho de 1936 e até hoje, isto é, passados quase três anos e meio, ainda esses marcadores não existem. Sobre este assunto vou ler um ofício dirigido em 11 de fevereiro de 1939 (depois do meu primeiro requerimento) pelo engenheiro chefe da 1.ª Repartição ao diretor geral dos correios. Diz ele:</p> <p>O facto não é de admirar, uma vez que em nenhuma parte do mundo se usam aparelhos destinados a fiscalizar os contadores dos assinantes instalados nas estações telefónicas e portanto a técnica não tem evoluído naquele sentido.</p> <p>Mas se nunca houve em parte alguma do mundo tais contadores para que se pôs no contrato o artigo 15.º?! Apenas para português ver?!...</p> <p>É o que parece deduzir-se da leitura, que passo a fazer, do relatório apresentado pela Administração Geral dos Correios e assinado pelo administrador geral em 6 de agosto de 1937:</p> <p>As caixas-mealheiros (artigo 14.º) e os fiscalizadores de chamadas (artigo 15.º) foram melhoramentos a que se obrigou a Companhia concessionária, por iniciativa da Administração dos Correios, Telégrafos e Telefones, no sentido de dar aos assinantes facilidades de fiscalização direta do uso dos seus telefones, no intuito de que os aparelhos instalados em lugares públicos (hotéis, estabelecimentos, armazéns, consultórios, etc.) pudessem ser dotados de contadores automáticos locais e o assinante pudesse quotidianamente fazer a fiscalização do seu uso.</p> <p>É isto o que tecnicamente significa o artigo 15.º do decreto n.º 26:716, nada mais.</p> <p>Devo dizer que de facto já existem esses aparelhos; o que ignoro é a razão por que não se colocam em casa dos assinantes.</p> <p>Depois destas explicações todas, o que decerto fica é que os assinantes não têm fiscalizadores de chamadas nem caixas-mealheiros. O artigo 15.º ainda não foi aplicado.</p> <p>Então as cláusulas de um contrato entram em vigor separadamente, o que equivale a uma suspensão de facto de alguma que não convenha a uma das partes contratantes?! ...</p> <p>Parece-me que, provados os prejuízos que os assinantes vêm sofrendo com a contagem errada de chamadas e na impossibilidade de dar cumprimento ao contrato, o que se deverá fazer ó suspendê-lo enquanto não se possam cumprir todas, mas todas as suas cláusulas.</p> <p>Este é que é o caminho a seguir e não o jogo do empurra em que se tem andado, entretendo o tempo e pondo por vezes em cheque o bom nome da Companhia ou o da Administração Geral dos Correios, como vou provar.</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>A Companhia responde invariavelmente a quem lhe requisita um registador de chamadas que está à espera da aprovação das entidades oficiais acerca do modelo adotado, como ainda o fez em janeiro findo ao nosso colega Dr. Cancela de Abreu. Esta resposta foi dada a igual pedido em 19 de agosto de 1936 (há três anos e meio quase) ao Sr. coronel Lobo da Costa nos termos que passo a ler:</p> <p>Lisboa, 19 de agosto de 1936. - Exmo. Sr. Artur Lobo da Costa - Avenida João Crisóstomo, 50, 1.º, direito - Lisboa. - Exmo. Sr. Respondendo ao favor de V. Ex.ª de 16 do corrente, cumpre-nos informar de que, não tendo sido ainda aprovados pela Administração Geral dos Correios e Telégrafos os modelos de fiscalizadores de chamadas pôr nós apresentados, não podemos por enquanto fornecer a V. Ex.ª as indicações pedidas. Sem outro motivo, somos com toda a consideração, De V. Ex.ª m.to aten.ºs e ven.ºs, Assinatura ilegível.</p> <p>Isto em agosto de 1936! Pois, em 19 de janeiro de 1937, cinco meses depois da Companhia ter afirmado que esperava a aprovação dos modelos que havia apresentado à Administração Geral dos Correios, esta entidade escrevia à Fábrica de Curtumes do Seminário, do Porto, o seguinte:</p> <p>A Fábrica de Curtumes do Seminário - Seminário, Porto. - Exmos. Srs. - Em nosso poder o postal de V. Ex.ªs, com data de 15 do corrente, que nos enviaram, cujo assunto mereceu especial atenção. A falta de aprovação dos fiscalizadores de chamadas, a que V. Exas se referem, comentando a resposta que nesse sentido lhes foi dada pela Companhia dos Telefones, não tem sido devida a demora dos serviços técnicos desta Administração Geral, a quem tais aparelhos ainda não foram apresentados. Tendo porém em atenção o exposto por V. Exas, são nesta data dadas ordens às entidades competentes para insistirem junto da Companhia na remessa dos referidos fiscalizadores, de modo a solucionar-se o assunto com a possível brevidade. Aproveito a oportunidade para apresentar os protestos da minha maior consideração.</p> <p>A bem da Nação.</p> <p>Lisboa, 19 de janeiro de 1937. - A. P. Real.</p> <p>Vejam V. Ex.ªs se isto não é o verdadeiro jogo do empurra?!!! O telefone é o único artigo que se pode usar pago adiantadamente o seu consumo e por séries que podem não ser totalmente consumidas, visto o artigo 7.º do anexo ao decreto-lei n.º 26:716, que diz que as chamadas que não forem</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>utilizadas durante o período anual da assinatura caducam no fim desse período. Isto sem que o consumidor possa conferir ou controlar o consumo, tendo de conformar-se com todas as quantias que a Companhia o obriga a pagar!! Mudando de assunto, e para provar quantas vezes a Companhia não cumpre os regulamentos, não se importando com a opinião da Administração Geral dos Correios, vou citar o seguinte:</p> <p>Num requerimento que o antigo Deputado Sr. coronel Lobo da Costa fez, perguntava qual era a disposição legal que permitia à Companhia pagar-se, do dinheiro que lhe fora confiado para fim diferente, de 2\$50 pelo custo da nota de chamadas.</p> <p>A isso respondeu a 25 de março de 1937 o administrador geral dos correios nos termos seguintes:</p> <p>Nenhuma disposição legal permite à Companhia dos Telefones pagar-se de 2\$50 pela passagem das suas notas de chamadas.</p> <p>Essa a razão por que, quando ao nosso conhecimento chegou a primeira reclamação contra tal exigência (abril de 1934), o signatário imediatamente determinou à Companhia a cessação dessa prática. Parece que a Companhia obedeceu, porquanto posteriormente nenhuma outra reclamação se recebeu sobre o assunto.</p> <p>Parece? Então para que servem os serviços de inspeção e fiscalização estabelecidos no artigo 17.º do contrato? Não têm esses serviços obrigação de proceder por forma a poderem afirmar a cessação de uma irregularidade?! Apoiados.</p> <p>A mim é que me parece que tal se não deu imediatamente, pois que se em abril de 1934 a Companhia foi avisada que não podia cobrar-se dos tais 2\$50, em 20 de janeiro de 1935, isto é, nove meses depois, ainda a Companhia passou uma nota na qual vem marcada o custo da tal quantia de 2\$50.</p> <p>Que obediência enorme tem a Companhia pelos serviços de fiscalização e que bons e de louvar são os tais serviços?! Risos.</p> <p>Outro caso ainda para provar a pouca atenção que a Companhia tem pelos seus assinantes e ao mesmo tempo</p> <p>Para demonstrar a parcial interpretação dada aos regulamentos pela Administração Geral dos Correios.</p> <p>Sr. Presidente e Srs. Deputados:</p> <p>Pelo artigo 12.º-D do anexo ao decreto-lei n.º 23:715 foi a Companhia autorizada a introduzir nos seus serviços, quadros automáticos de ligação (P. A. B. X.) que fornecerá aos assinantes que os requisitem, mediante taxas fixadas. Estes aparelhos exigem a presença de uma bateria de acumuladores em casa do subscritor. Os telefones magnéticos têm uma pilha em casa do subscritor, que a Companhia manda carregar; os de bateria central e os P. B. X. recebem corrente por linhas próprias que vêm da Companhia.</p> <p>Pois para os P. A. B. X, contra o que seria de esperar, a Companhia, sem que haja nada que a tal a autorize, além de cobrar as taxas legais, liga os fios à corrente elétrica do assinante e com essa corrente carrega as baterias!</p>
--	--	--	--	--	--	---

						<p>Na parte da cidade que tem corrente contínua não tem escrúpulo em obter a corrente própria por uma resistência, isto é, carrega as baterias à custa do assinante e pelo processo menos económico.</p> <p>Isto representa umas dezenas de escudos mensais de corrente que não só o público paga como o Estado, e é de pasmar que até no edifício da Assembleia Nacional a Companhia assim tenha procedido!</p> <p>Quem a teria autorizado a apoderar-se da corrente que os seus assinantes pagam a outra Companhia?!</p> <p>Vozes: - Muito bem, muito bem!</p> <p>O Orador: - A assinantes que reclamaram nesse sentido disse a Companhia que mandassem retirar os seus P. A. B. X. se assim lhes não convinha.</p> <p>A um que reclamou para a Administração Geral dos Correios respondeu esta o seguinte:</p> <p style="padding-left: 40px;">Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones - Secção de Informações e Reclamações - Rua Alves Correia, 20 - Lisboa - Tel. 2 3733 e Estado 1 - Teleg. «Essierre» - 710.SIR B/H - Exmo. Sr. M.B.B. Teixeira, Limitada - Praça de D. Luiz, 6-12 - Lisboa. - Em referência à carta de V. Ex.<sup>a</sup>, de 15 de fevereiro último, informo que o artigo 12.º do decreto n.º 23:715, que autorizou a Anglo-Portuguese Telephone Co. a introduzir nos seus serviços P. A. B. X., fixa apenas as taxas de anuidade e instalação daqueles aparelhos, não prevendo que a alimentação dos mesmos se fizesse por conta da Companhia, ficando, pois, conseqüentemente, a cargo do assinante.</p> <p style="padding-left: 40px;">Aproveito a oportunidade para apresentar a V. Ex.<sup>a</sup> os protestos da minha elevada consideração.</p> <p style="padding-left: 40px;">A bem da Nação.</p> <p style="padding-left: 40px;">Lisboa, 17 de março de 1938. - A. P. Real.</p> <p>Então o assinante paga o P. A. B. X. e ainda tem de pagar à Companhia do Gás e Eletricidade a corrente de que este necessita para funcionar?!</p> <p>É o cúmulo!! Isto é o mesmo que aconteceria se nós, ao servirmo-nos de um táxi, além de pagar o estipulado pela postura municipal, tivéssemos de pagar a gasolina para o carro andar, visto a postura ser omissa nesse ponto.</p> <p>Apoiados e risos.</p> <p>Tenho tratado até aqui apenas do interesse dos assinantes.</p> <p>Vou passar a relatar a V. Exas. a forma como a Companhia olha pelo seu pessoal desrespeitando as leis, respeito este a que é obrigada pela base 43.a, nos termos do contrato. Essa base diz:</p>
--	--	--	--	--	--	---

						<p>A Companhia concessionária, no exercício dos seus direitos e no cumprimento das suas obrigações tanto nas suas relações com o Estado como nas suas relações com o público, fica exclusivamente sujeita às leis, regulamentos e tribunais de Portugal, qualquer que seja a nacionalidade da pessoa ou pessoas que a constituírem ou representarem, considerando-se a mesma Companhia como portuguesa para todos os efeitos.</p> <p>Em 1934 foi criada uma caixa de pensões e reformas do pessoal. Esta caixa está merecendo da parte do Instituto Nacional do Trabalho um cuidadoso estudo, pois são grandes as anomalias a que até à data tem dado lugar e que só a falta de tempo me obriga a não expor. Pois apesar das injustiças a que essa caixa tem dado azo, no Boletim mensal da Anglo-Portuguese Telephone de janeiro de 1938, a p. 14, lê-se o seguinte:</p> <p style="padding-left: 40px;">A lei ... é muitas vezes cruel para os trabalhadores, e ai deles se a Companhia, por exemplo, se cingisse só a ela.</p> <p>A nossa lei é então cruel para os trabalhadores?!... E isto escreve-se! ... E isto publica-se! ... E isto não mereceu das instâncias competentes qualquer censura ou mesmo até punição?!</p> <p>Vozes: - Muito bem, muito bem!</p> <p>O Orador: - Eis a razão por que eu digo que a Companhia tem desrespeitado as leis, tendo posto, por vezes, as boas intenções do nosso Governo à margem e até tendo-as sujeito à crítica. Há mais: O seguro do sou pessoal está feito em Londres, numa companhia inglesa que não tem qualquer representação no País, o que é contra a lei.</p> <p>O Sr. João do Amaral: - Atualmente já a tem.</p> <p>O Orador: - Eu sei, mas fui informado por alguém, a que me não quero referir, que essa Companhia não está autorizada a fazer desses seguros em Portugal. Não resisto, porém, a ler a V. Exas. o seguinte, que me foi fornecido:</p> <p style="padding-left: 40px;">O seguro do pessoal tem sido feito na companhia inglesa Legal and General Assurance Society (Grace Church Street, London E. C. 3.). E, sendo certo que, se o decreto com força de lei de 21 de Outubro de 1907 (Diário do Governo,</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>1.º série, desta mesma data) no § único do seu artigo 10.º dispõe que: «serão havidos como celebrados em Portugal os contratos de seguro sempre que na data respetiva os segurados se encontrem no País», é também certo que ele acrescenta no artigo 11.º:</p> <p>«Não serão exigíveis em tribunais portugueses as obrigações resultantes dos contratos a que se refere o artigo anterior quando celebrados com entidades não autorizadas a exercer a indústria em Portugal, nem serão exigíveis em Portugal as sentenças dos tribunais estrangeiros que se fundarem nesses contratos».</p> <p>Porém, mais terminante é ainda a disposição do artigo 14.º do decreto n.º 17:555, de 5 de Novembro de 1929, que declara:</p> <p>«Artigo 14.º Não são reconhecidos válidos os contratos de seguro efetuados em companhias nacionais ou estrangeiras não autorizadas em Portugal, não podendo os tribunais, as estações oficiais ou quaisquer autoridades aceitar como boas as respetivas apólices.</p> <p>§ único. É expressamente proibida no continente e ilhas adjacentes a agência ou corretagem, de seguros de qualquer natureza para companhias ou entidades seguradoras que não estejam autorizadas a funcionar em Portugal, nos precisos «termos do artigo 49.º do decreto de 21 de Outubro de 1907 (que enumera as condições a preencher para ser dada esta autorização: depósito, gerência no país com plenos poderes para liquidar e pagar os seguros, etc.)».</p> <p>A transgressão do disposto neste § único (acrescenta o decreto n.º 17:555, no artigo 17.º) será punida com a multa de 5.000\$, duplicada em caso de reincidência.</p> <p>A lei pune, portanto, os intermediários de seguros de qualquer natureza feitos contra o disposto nestes dois decretos.</p> <p>No que respeita ao casamento das suas empregadas telefonistas a Companhia parece ir contra o artigo 12.º da nossa Constituição, que diz:</p> <p>Estado assegura a constituição e defesa da família, como fonte de conservação e desenvolvimento da raça, etc.</p> <p>Pelo que se vê, a Companhia impede a instituição da família, contribuindo para uniões ilegais (Apoiados) e até mesmo para o aborto. Como médico, tratei há anos uma telefonista que, coitada, para não perder o seu lugar, praticara um aborto, porque, se tivesse chegado à Companhia com um filho nos braços, seria despedida.</p> <p>A Liga Portuguesa de Profilaxia Social, no Porto, vem tratando do caso com o carinho que costuma pôr em todos os assuntos que se prendam com a moral.</p> <p>Apoiados.</p> <p>Ultimamente o Sr. Cardeal Patriarca aplaudiu essa iniciativa, tendo tido mais as adesões dos Srs. Bispos da Guarda e de Leiria.</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>Para a situação destas raparigas, proibidas de ter o seu lar, eu chamo a atenção da Obra das Mais e da Liga de Defesa da Família.</p> <p>Oxalá o assunto se resolva depressa e bem.</p> <p>Vou terminar...</p> <p>O Sr. Botto de Carvalho: - Antes determinar, V. Ex.<sup>a</sup> podia explicar se há possibilidade de se efetuarem chamadas que são contadas mas não chegam a produzir efeito?</p> <p>O Orador: - Para fácil compreensão do que vou explicar necessário se torna que se fixe que para se fazer uma chamada temos, antes de poder marcar os números, de aguardar o sinal de marcar e que além deste sinal há o sinal de tocar. Pois bem, se um assinante fizer uma ligação para outro no intervalo do tempo em que o segundo espera o sinal de marcar, por ao mesmo tempo ter desejado fazer uma chamada, a ligação faz-se, mas o telefone destinatário não toca porque o auscultador está fora do descanso, e o peticionário, que não ouve sinal algum, repete a ligação. Quantas vezes isso tem sucedido a todos nós e assim em vez de uma chamada marcada para o assinante, duas ou mais se poderão seguir sem que de tal dê nota quem as está fazendo.</p> <p>Pode dar-se o mesmo quando o destinatário vai a pôr o auscultador no descanso por ter acabado de atender uma comunicação, e, nesse caso, por mais que o peticionário fale ninguém o pode ouvir pois o destinatário interrompeu inconscientemente a ligação que acabava de ser feita e contada.</p> <p>Para a Administração Geral dos Correios este facto pode dar-se apenas raramente, por só poder suceder em um ou dois décimos de segundo, conforme a seguinte nota, enviada a um assinante em 27 de Abril de 1937:</p> <p>Em rigor há a possibilidade de se verificar as ligações não utilizáveis, a que se refere na reclamação de C de Julho último, durante o espaço de tempo que vai desde que se levanta o auscultador ou microtelefone até se produzir o sinal de marcar.</p> <p>De forma idêntica, ao terminar uma conversação, se o assinante pedido não desliga imediatamente e se dá a libertação comandada pelo peticionário, o primeiro assinante pode ser atingido por outro qualquer até que comece a receber o sinal de marcar.</p> <p>Ora tais espaços de tempo, o preciso para a atração de um relays e rotação do pré-seletor, são da ordem de um décimo a dois décimos de segundo, sendo portanto extremamente raro que justamente nesse intervalo uni seletor final encontre a linha desse assinante.</p> <p>O Sr. Abel Varzim: - V. Ex.<sup>a</sup> dá-me licença, a propósito do seguro do pessoal? Ao meu conhecimento têm chegado factos estranhos, como este: o de que o pessoal sofre um acidente de trabalho e a Companhia despede-o e restitui-lhe o dinheiro com que entrou para a caixa de reformas e pensões.</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>Gostaria que V. Ex.<sup>a</sup> nos dissesse qualquer coisa a este respeito.</p> <p>O Orador: - Tenho até a referir um facto bem interessante e elucidativo nesse aspeto, que vou expor: Sou médico do Sanatório da Ajuda. Na minha enfermaria, no ano passado, entrou um operário da Companhia dos Telefones tuberculoso (não me lembro do nome dele, nem digo, porque nomes não posso dizer). O certo é que, como disse, o homem se tinha tuberculizado. Tinha dezanove anos de serviço da Companhia, como operário da reparação de cabos.</p> <p>Um belo dia, acabado o seu serviço, recolheu a casa, descansou e deitou-se. Havia um temporal. A brigada de serviço de reparações de cabos não foi suficiente, então, para reparar tudo o que se tinha avariado nessa noite, e tiveram de ir chamar esse homem à cama para vir auxiliar a brigada de reparações. Ele levantou-se às três horas da manhã - noite fria -, e teve de ir auxiliar os seus colegas.</p> <p>Mas no dia seguinte tinha uma pleurisia líquida que lhe fez despertar uma tuberculose, senão de início, pelo menos até ali latente.</p> <p>E esse homem, tuberculizado, recolheu ao Sanatório da Ajuda.</p> <p>Tinha entrado para sócio da caixa de reformas e pensões em 1934; tinha pago as suas cotas sempre. E em Fevereiro desse ano, este homem, como recompensa de se ter levantado de noite, naquelas condições que referi, recebeu dois ofícios, que eu próprio li: um da Companhia, em que se dizia: «Considere-se você, desde já, em situação de licença ilimitada, sem vencimentos» outro, no dia imediato, da caixa referida, em que se dizia: «Tendo você deixado de ser empregado da Companhia, perdeu todos os direitos a ser sócio da caixa e tem, portanto, à sua disposição a importância da cotização com que entrou!»</p> <p>Este homem, para não ficar na miséria, pediu alta e está trabalhando sabe Deus até quando!</p> <p>E é esta a forma como a Companhia trata o seu pessoal, enquanto, como se diz no seu Boletim, a lei portuguesa é, por vezes, bem cruel para os trabalhadores...</p> <p>Termino agradecendo a V. Ex.<sup>a</sup>, Sr. Presidente, e a vós, Srs. Deputados, a atenção que me prestaram, esperando da parte do Governo uma ação firme para benefício de dezenas, centenas e milhares de pessoas, pois são milhares os assinantes da Companhia que necessitam proteção; são centenas os empregados e operários que necessitam que o Estado se imponha para garantia do seu futuro; e são dezenas o número de telefonistas que, no uso dum direito que a nossa Constituição lhes dá, desejam, sem que para tal tenham de perder o pão, constituir o seu lar sob a proteção do Estado e de Deus.</p> <p>E termino com um velho rifão. Diz ele: «Quem dá o que tem, a mais não é obrigado». Eu dou o que posso, a mais não sou obrigado.</p> <p>Tenho dito.</p> <p>Vozes: - Muito bem, muito bem!</p>
--	--	--	--	--	--	--

10	Formosinho Sanches	1	3	102	19/02/1941	20	<p>O Sr. Formosinho Sanches: - Sr. Presidente: pedi a palavra para, do mesmo lugar de onde há um ano tive ocasião de apresentar várias reclamações quanto à forma como a Companhia dos Telefones cumpria o seu contrato, agradecer, em primeiro lugar, a S. Exa. o Sr. Ministro das Obras Públicas as providências que tomou e que, em alguns casos, já se fazem sentir, embora continue ainda sem solução, por ser difícil, a forma como só faz a contagem das chamadas.</p> <p>Também quero agradecer à própria direção da Companhia dos Telefones, que, tomando em consideração, decerto, as palavras por mim aqui proferidas, mandou empregar em serviços moderados os seus operários tuberculosos que, curados clinicamente, se encontravam fora do serviço.</p> <p>Em terceiro lugar o meu reconhecimento a S. Ex.<sup>a</sup> o Sr. Subsecretário das Corporações pelo acerto com que encaminhou, junto da mesma Companhia, o assunto a autorização do casamento das suas empregadas telefonistas, tendo-o conseguido, fazendo assim com que em dezenas de novos lares pudesse, com moralidade, entrar a felicidade.</p> <p>Aproveito, Sr. Presidente, estar no uso da palavra para lembrar ao Governo que me parece justo, e sem inconvenientes de maior, que o mesmo Governo, que conseguiu de uma companhia particular o assentimento para o casamento das suas empregadas, trate de providenciar por forma a que a mesma justa regalia seja dada às pobres enfermeiras e outras funcionárias dos Hospitais Civis.</p> <p>O orador foi muito cumprimentado.</p> <p>[...]</p>
11	José Nosolini	4	3	135	11/03/1948	328-329	<p>O Sr. Presidente: - Tem a palavra antes da ordem do dia o Sr. Deputado José Nosolini.</p> <p>O Sr. José Nosolini: - Sr. Presidente: gerindo o Ministério das Comunicações encontra-se um ilustre oficial que, pelas suas qualidades pessoais, pela sua orientação e pelos princípios a que ele próprio se impõe, dá garantia ao País de uma ação eficaz. Isso me basta, Sr. Presidente, para que, com especial confiança, me refira nesta Câmara a um sector de serviços sob a sua jurisdição e competência, pedindo providências.</p> <p>Retiro-me a alguns serviços dos CTT.</p> <p>À antiga desordem, ao desequilíbrio das contas e à imperfeição antiga sucedeu, pouco depois do 28 de Maio, um período de verdadeiro esplendor, de bom serviço, de boa administração. Mas entrou-se novamente numa época má.</p> <p>Venho referir-me, especialmente, aos serviços dos telefones.</p> <p>Sob a ação dos CTT estão os serviços telefónicos do Estado, que eles próprios executam, e os serviços da Companhia, que eles fiscalizam. Pois, quer em relação aos primeiros, quer em relação aos segundos, as deficiências são enormes!</p> <p>Vozes: - Muito bem!</p> <p>O Orador: - Eu tenho ouvido, e V. Exas. todos, com certeza, têm ouvido, atribuir a efeitos da guerra essas deficiências. Ora eu não sei bem até que ponto a afirmação constitui uma resposta e até que ponto constitui, na verdade, uma razão.</p>

						<p>As deficiências dos serviços telefónicos são, duma maneira geral: demora das comunicações; demora entre o momento em que se é avisado para falar e aquele em que realmente se faz a ligação; as interrupções permanentes pelos mais diversos motivos - porque a linha cai, porque se pergunta novo número, porque se desliga pura e simplesmente ou porque se pergunta se se está a falar...</p> <p>Vozes: - Muito bem!</p> <p>O Orador: - ... além disso, as interferências de conversas; a consequente falta de sigilo que o serviço deve garantir; interrupções nos períodos, o que impede a sua utilização completa, e até a imperfeita verificação da sua contagem.</p> <p>Vozes: - Muito bem!</p> <p>O Orador: - Será isto devido à guerra? Alguns destes factos compreendo que sejam determinados até por deficiência de material, mas outros não. E então pergunto a mim próprio: será devido à insuficiência dos quadros perante a aglomeração de serviço? Estará o pessoal sujeito a um serviço esgotante? Por vezes apetece dizer que o pessoal é demais, porque se ouvem diversas telefonistas interrompendo, solícitas, a comunicação, perguntando por outros números, querendo fazer outras ligações. Contudo, na realidade, tudo parece indicar que há aglomeração de serviço e que o pessoal dos CTT, sobretudo nas províncias e nas estações onde não há diferenciação completa de serviço, está sujeito a um trabalho aturado e exaustivo, e de tal sorte que, chegando a hora de encerramento, ou terá de deixar o serviço por fazer ou terá de trabalhar além da hora suplementar que lhe está garantida.</p> <p>Os serviços telefónicos do Estado, em si, não tiveram aumento a partir de 1938.</p> <p>De facto, se as chamadas interurbanas subiram de 6 milhões em 1938 para 9 milhões em 1946, as chamadas urbanas dos serviços do Estado desceram de 53 para 23 milhões, de sorte que o próprio aumento do serviço internacional, que é pequeno, de nenhuma maneira compensa esta baixa.</p> <p>Mas naquelas estações, onde não há pessoal especialmente afeto ao serviço telefónico, o aumento de trabalho, sem contar com a transmissão telefónica de telegramas, foi grande. Assim a emissão de vales passou de 2 milhões em 1938 para 4 milhões em 1946 e as encomendas postais de 1 milhão em 1938 para 4 milhões em 1946.</p> <p>E a par deste desenvolvimento de trabalho melhoraram os quadros ou elevou-se o coeficiente das horas suplementares? Reside aí o mal? Exige-se-lhe um esforço exagerado?</p> <p>Com efeito, se verificarmos qual é o coeficiente da perda de tempo por doença do pessoal dos CTT, vemos que ele aumentou desde 1944 do modo seguinte:</p> <p>Leu.</p>
--	--	--	--	--	--	---

						<p>Pelo que respeita aos serviços da Companhia dos Telefones, parece-me que o problema é o mesmo, sobretudo nas áreas não automatizadas.</p> <p>Vozes: - Pior! É pior!</p> <p>O Orador: - Eu já lá vou... Nas chamadas interurbanas tem-se atribuído as deficiências à interligação desses serviços com os serviços do Estado. E, na verdade, muitas vezes sucede que os telefonistas de uns e de outros se atribuem mutuamente a responsabilidade das interrupções e das interferências. Esta interligação há-de ser evidentemente sempre prejudicial aos serviços.</p> <p>Vozes: - Muito bem!</p> <p>O Orador: - Com as chamadas urbanas nas zonas não automatizadas as causas, como disse, devem ser as mesmas. As chamadas urbanas tiveram, segundo os números impressos, um aumento de mais de 40 por cento e atingiram em 1946 o número de 91 milhões. E devemos até dizer que não sabemos explicar, ao ver o relatório dos CTT, a extraordinária grandeza deste aumento, quando o Estado atribui a queda vertical nas suas chamadas urbanas ao regime de pagamento por chamadas. Parece, Sr. Presidente, que a mesma causa devia produzir o mesmo efeito. E então pergunto: como é que o pagamento por chamadas produziu uma quebra de 53 milhões para 23 milhões nos serviços do Estado e produziu um aumento de 40 por cento nos serviços da Companhia? Não compreendo. É, pois, de temer que o número de 91 milhões resulte em parte de chamadas contadas em duplicado, em consequência das interrupções provocadas pelos próprios serviços, em resultado, em suma, da indiscutível desordem, verificada por todo o público, porque neste serviço público a contagem é inverificável! E aí fica outro problema, que respeita também em parte aos serviços dos CTT. Sr. Presidente: eu não tive a pretensão de explicar deficiências, nem me competia fazê-lo. Apenas quis indicá-las e pôr hipóteses, pedindo providências ao Sr. Ministro das Comunicações. Estou certo de que o ilustre Ministro não deixará de considerar este problema, quer na parte explorada pelos serviços do Estado, quer na parte entregue à Companhia - quanto aos primeiros, por fácil intervenção direta, com a dedicada cooperação da Administração; quanto à segunda, pela fiscalização, com a boa vontade da Companhia e, se preciso for, usando das faculdades que as bases aprovadas pelo decreto de 10 de Janeiro de 1928 justamente garantem ao Governo. Tenho dito.</p> <p>Vozes: - Muito bem, muito bem!</p>
--	--	--	--	--	--	--

							O orador foi muito cumprimentado.
--	--	--	--	--	--	--	-----------------------------------

## DIÁRIO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

*Intervenções sobre a APT encontradas no período 1911-1926, datas extremas em que funcionou a Câmara dos Deputados.*

#	Interventor	Legisl.	Sessão Legisl.	n.º	Data	Pág.	Intervenção (Companhia dos Telefones)
1	Manuel José da Silva	1	2	5	07/12/1911	16	<p>Tem a palavra o Sr. Manuel José da Silva.</p> <p>O Sr. Manuel José da Silva: - Desejava que estivesse presente o Sr. Ministro do Fomento para que S. Exa. respondesse às perguntas que pretendo dirigir-lhe sobre o contracto dos telefones de Lisboa e Porto e ainda sobre outros assuntos que podem perder com a demora.</p>
2	Simas Machado	1	2	44	01/02/1912	16	<p>Há, também, uma classe a que não se fez justiça nesta casa, talvez por ignorância; mas folgo eu de lha prestar. Refiro-me às telefonistas da Companhia dos Telefones. Parece que se esmeraram, mais do que nunca, em fazer um magnífico serviço! (Apoiados).</p> <p>São dignas dos maiores elogios, da mais levantada consideração.</p> <p>Parece-me que a Câmara deve prestar-lhes esta homenagem, porque essas empregadas bem a merecem. Apesar do serviço violento que tiveram, mantiveram-se no seu posto, cumprindo rigorosamente os seus deveres, as suas obrigações. (Apoiados).</p>
3	Manuel José da Silva	1	2	58	26/02/1912	7	<p>Sr. Presidente: há pouco tempo, parece que em dezembro, mandei para a mesa uma nota de interpelação ao Sr. Ministro do Fomento.</p> <p>O Sr. Ministro do Fomento (Estêvão de Vasconcelos): - Uma nota de interpelação sobre quê?</p> <p>O Orador: - Sobre a questão telefónica e sobre a crise tipográfica no Porto. A interpelação é um pró-forma, porque o que eu desejo é que as declarações do Sr. Ministro do Fomento se tornem públicas.</p> <p>Mandei em tempo para a mesa um projeto de lei pelo qual se concede aos comerciantes do Porto e aos de Lisboa o direito de se organizarem cooperativamente para explorarem o serviço de telefones, e sobre este assunto preciso ouvir a opinião do Governo.</p> <p>A Companhia dos Telefones não tem o exclusivo; o exclusivo é do Estado. Portanto, sendo excessivamente caro o serviço dos telefones, eu entendia que o Estado devia explorar esse serviço, em régie, como explora os correios e telégrafos, ou então, se isso não se pode fazer, o Estado conceder aos comerciantes de Lisboa e Porto a faculdade de</p>

							<p>explorarem esse serviço cooperativamente. Essas cooperativas tomam conta do material da Companhia velha pelo preço da avaliação, e, no fim de 15 anos, entregam ao Estado todo o material sem nenhuma indemnização. Pelos meus princípios económicos, sou de opinião que o Estado deve tomar conta dos telefones em Lisboa e Porto.</p> <p>Mas do mal o menos. Logo que o serviço telefónico se pode obter por um terço do atual e o Estado não o pode fazer, não se dificulte o ensaio cooperativista, que traz avultadas vantagens.</p> <p>[...]</p> <p>O Sr. Ministro do Fomento (Estevão de Vasconcelos): - O Sr. Deputado Manuel José da Silva principiou por declarar que já há meses me tinha enviado uma nota de interpelação sobre a questão telefónica e sobre a crise que atravessa a classe tipográfica na cidade do Porto. Imediatamente, em aparte, declarei que não tinha recebido nenhuma nota de interpelação. Daqui se depreendia que eu não vinha preparado com elementos oficiais para responder a S. Exa. No entanto, apesar da minha declaração, o Sr. Deputado insistiu em tratar do assunto, e eu vou dar a S. Exa. a resposta que naturalmente lhe posso dar neste momento.</p> <p>Quaisquer reclamações de indivíduos do Porto não podem ser resolvidas sem que haja o cuidado de não ir atentar contra direitos adquiridos da Companhia dos Telefones.</p> <p>O Sr. Manuel José da Silva: -Segundo a lei, essa Companhia não tem direitos nenhuns.</p> <p>O Orador: - Parece-me que essa afirmativa é um pouco errónea.</p> <p>Não vinha preparado com elementos oficiais para responder a S. Exa.; mas pode muito bem ser que a cooperativa a que o Sr. Manuel José da Silva se referiu não se possa formar para explorar o serviço. O Estado é que poderá explorar esse serviço com proveito para ele e para o público e sem quaisquer atentados para com a Companhia dos Telefones.</p>
4	Moreira de Almeida	3	1	10	05/08/1918	42	<p>Para a Secretaria. Requerimento Requeiro, com urgência, pela respetiva Secretaria de Estado, cópia dos relatórios e ofícios dirigidos neste ano ao Governo, pelo seu comissário junto da Companhia Portuguesa de Telefones, sobre os serviços da mesma Companhia. – Moreira de Almeida. Expeça-se.</p>

5	Adelino Mendes	3	2	25	13/02/1919	3	<p>O Sr. Adelino Mendes: - Sr. Presidente: tenho sido procurado por vários assinantes da Companhia dos Telefones, queixando-se amargamente contra o serviço que a mesma Companhia está fazendo em Lisboa. Esse serviço é realmente detestável, como V. Exa. sabe e como desgraçadamente o sabem todos aqueles que têm de utilizar-se desse meio de comunicação, absolutamente indispensável á vida moderna das cidades.</p> <p>Suponho que junto dessa Companhia há um representante do Governo. De maneira que me parecia natural que esse, delegado de confiança do poder central procurasse influir na Direção da Companhia, para que ela melhorasse os seus serviços, quanto antes e o melhor possível.</p> <p>Além disso, era também natural que esse funcionário, informasse o Governo da maneira como na Companhia cumpre o contrato, ao qual ela, manifestamente, falta todos os dias e a cada instante.</p> <p>O material é péssimo e o pessoal ainda é pior. De forma que, de duas uma: ou o Estado toma conta dos serviços dos telefones da cidade de Lisboa, expropriando a Companhia e cassando-lhe o privilégio que ela desfruta, (Apoiados) ou deixa que esse serviço público continue assim, e, então, o melhor que há a fazer é supor que não temos telefones. Acaba-se com esse equívoco, e nós podemos recorrer ao telefone do fio de guita de que os namorados se servem para falar da água furtada para o rés-do-chão.</p> <p>Por isso, Sr. Presidente, eu peço a V. Exa. o favor de transmitir ao Governo as considerações que acabo de fazer, para que este estado de cousas termine.</p> <p>O orador não reviu.</p> <p>Vozes: - Muito bem.</p>
6	Jaime Vilares	4	2	47	20/04/1921	6-10	<p>O Sr. Jaime Vilares: —Sr. Presidente: pedi a palavra para chamar a atenção do Sr. Ministro do Comércio para o decreto n.º 7:353 que da parte de todas as associações comerciais e industriais do Porto tem sofrido os mais rudes ataques. A própria Câmara Municipal do Porto tomou a direção dum movimento de protesto contra a publicação desse decreto, e numa reunião em que estavam representadas todas as associações, disse-se o seguinte acerca das concessões feitas à Anglo Portugaise Telephone Company:</p> <p>Que essas concessões eram monstruosas, atentatórias da lei pela sua retroatividade e até inconstitucionais. Na verdade, os contratos assinados deixavam de ter validade desde a data de publicação do decreto, e a retroatividade dum decreto é atentatório da lei; e até um antigo parlamentar desta casa o Sr. Adriano Pimenta chegou a dizer que achava até este decreto anticonstitucional por não ter sido ouvido o Parlamento sobre os aumentos das tarifas dos telefones.</p>

							<p>A verdade é que a companhia não merece a atenção dos poderes públicos, (Apoiados] visto que serve horrivelmente o público. (Apoiados).</p> <p>No Porto há mais de dois mil pedidos de telefones não satisfeitos, o que causa grandes prejuízos ao comércio desta grande cidade.</p> <p>A companhia não tem exclusivo algum e o Porto está resolvido a requerer a permissão para a instalação de serviços telefónicos independentes dela.</p> <p>As concessões agora feitas são inoportunas pois que, se ó certo que a divisa cambial tem aumentado os preços dos materiais elétricos, também é certo que a baixa enorme e constante que estão sofrendo todos os metais assegura-nos que os preços desse material são cada vez mais baixos.</p> <p>Quando era Ministro do Comércio o Sr. Lúcio de Azevedo disse-se que era necessário fazer o aumento de cerca de 30 por cento, para aumentar o salário ao pessoal.</p> <p>Agora este aumento toda a gente sabe que não é para aumentar o pessoal, mas sim para dividendo aos acionistas.</p> <p>Eu desejava que o Sr. Ministro do Comércio me dissesse quais os motivos por que se propõe um aumento destes, pois que, tratando-se de uma companhia estrangeira, é necessário que o País saiba que as companhias estrangeiras não obtêm concessões especiais, pois que, se assim não for, corremos o risco da desnacionalização das nossas indústrias ou pelo menos a gerência dessas indústrias passará a ser estrangeira como garantia de uma boa remuneração dos capitais nelas empregados. Como esclarecimento direi ainda que os telefones dantes custavam 45:000 réis, agora custam 300:000 réis.</p> <p>Um economista diz no Economista Português que o decreto em questão arranca à economia nacional cerca de 5:000 contos anuais.</p> <p>O Sr. Ministro do Comércio e Comunicações (António Fonseca): — V. Exa. diz-me quem é esse economista?</p> <p>O Orador: — É o Sr. Quirino de Jesus-,</p> <p>O Sr. Ministro do Comércio e Comunicações (António Fonseca): — É profundamente lamentável que, trazendo eu todos os dias na minha pasta os documentos referentes aos telefones, hoje que S. Exa. se refere ao caso eu não os tenha trazido.</p> <p>O Sr. -Jaime Vilares: — Há mais de um mês que pedi a palavra. Só hoje me chegou.</p> <p>O Orador: — Apesar de não trazer documentos posso dizer o bastante para elucidar S. Exa.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>Esta questão a princípio apresentou-se sob a forma de aumento de salário ao pessoal. Tive de averiguar a razão que lhe assistia e, como esse pessoal me pedisse que fosse intermediário das suas reclamações junto da Companhia, eu, que efetivamente julguei que ele tinha razão, porque havia empregados que venciam 1\$20 por dia, encarreguei-me de tratar junto da Companhia dos interesses dos operários e empregados da Companhia. Chamei a direção da Companhia e disse-lhe que era indispensável modificar o tratamento que estava dando ao pessoal. O caso era melindroso, porquanto, embora eles tivessem anunciado que não iam para a greve, visto a greve não trazer para eles senão desvantagem e cumprindo ao Governo acautelar este serviço de comunicações na cidade de Lisboa, naturalmente dotaria a Companhia com os meios indispensáveis para que esse serviço continuasse; eles diziam que, tratando-se duma indústria, cujo estabelecimento estava à mercê de pequenas cousas, muito fácil lhes era desarranjar o serviço dos telefones, sem ninguém dar por isso, numa <i>sabotage</i> surda que poderia exercer-se nas ligações das linhas, e nos aparelhos; e que eles não encontrando maneira de ver satisfeitas as suas reclamações, teriam de lançar-se nesse caminho.</p> <p>Evidentemente não podia deixar de verberar, como verberei, qualquer tentativa que tivesse como resultado inutilizar os serviços das comunicações telefónicas em Lisboa e censurei que eles fossem para um ato desses.</p> <p>Eis como eu oficiosamente tratei deste assunto junto da companhia, que, de resto, já tinha resolvido, em princípio, como me comunicara em ofício anterior, as reclamações do pessoal.</p> <p>Nessa altura a companhia ponderou-me as suas dificuldades financeiras e a necessidade de aumentar as tarifas para fazer face, não somente a qualquer encargo resultante do aumento de vencimentos ao pessoal, mas também do encargo que resultaria da necessidade de certas obras na sede do estabelecimento da companhia e doutros melhoramentos na exploração, cuja despesa havia sido agravada pela baixa cambial.</p> <p>Disse à companhia que era impossível confundir estes dois problemas: o problema que afetava os interesses do pessoal tinha de ser resolvido antes de mais nada, e o outro só depois de se averiguar qual era a situação da companhia é que eu, Ministro, o poderia solucionar. E que, por isso, entendia que a companhia devia satisfazer aquilo que eu julgava ser a justiça dos operários.</p> <p>A companhia concordou em que efetivamente era indispensável resolver primeiro esse problema.</p> <p>Assegurei à companhia que não daria um passo para qualquer cousa da companhia antes de resolver a questão do pessoal.</p> <p>Desaparecida a reclamação dos operários, como uma especulação explorada, senão provocada pela própria companhia, e havendo esta resolvido razoavelmente dar aumento ao pessoal, e tendo ela fundamentado a sua reclamação ao Governo, expondo a sua situação e dizendo que necessitava de novo aumento, esta reclamação foi enviada, como não podia deixar de ser, sem nenhum despacho, à Administração Geral dos Correios e Telégrafos, por onde corre a fiscalização das indústrias eléctricas e os assuntos referentes à Companhia dos Telefones.</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>A Administração Geral dos Correios e Telégrafos propôs que, para estudar a situação financeira da companhia, se formasse uma comissão que seria composta pelo presidente da Associação Comercial, presidente da Associação Industrial e por um funcionário da Administração Geral dos Correios e Telégrafos.</p> <p>Sobre esta disposição lancei um despacho de concordância. E concordei por duas razões: primeira, porque nessa comissão tinham representação, por maioria, aqueles que eu podia considerar representantes dos interessados. O Estado ficava apenas com um só voto.</p> <p>Essa comissão, depois de proceder a esse estudo, concluiu que um aumento de 130 por cento seria suficiente para acautelar não só os interesses da companhia, mas também os dos subscritores.</p> <p>Nessa segunda informação lancei o despacho: <i>concordo</i>.</p> <p>Já S. Exa. vê que, para o aumento de tarifas dos telefones, se fez o que era necessário fazer.</p> <p>O processo está no Ministério à disposição de todos os que queiram consultá-lo. Lá encontrarão tudo quanto justifica a justiça do aumento das tarifas dos telefones.</p> <p>Disse S. Exa. que a companhia não merecia as atenções do Governo.</p> <p>A companhia, como qualquer outra companhia, não merece a atenção de nenhum Governo. O que pode merecer a atenção do Governo são os serviços que a companhia presta. Como Ministro tanto me interessa que a companhia seja estrangeira como portuguesa. Pelo contrário, o que pode determinar melhor a minha boa vontade é a proteção da indústria em que figure o nome português.</p> <p>Desta afirmação posso dar a prova com a proposta de lei que tive a honra de apresentar ao Parlamento, protegendo as indústrias em que entra a matéria prima portuguesa.</p> <p>Ainda ontem, numa proposta de lei que trouxe à Câmara dos Deputados, estabeleci uma proteção a várias indústrias portuguesas, ou que, de modo geral, se exerçam com produtos fabricados pela indústria nacional.</p> <p>O serviço dos telefones não podia deixar de prender a atenção do Ministro do Comércio.</p> <p>Por circunstâncias diversas, em que avultam as condições cambiais e outros interesses em que se envolvem vários serviços, como sejam a proteção a indivíduos e subscritores, pela diminuição de tarifas que interessam ao comércio e à indústria, que o Governo tom de garantir, por tudo isto o Governo tem de se interessar.</p> <p>Evidentemente, o meu papel era escudar-me em qualquer autoridade e, por isso, não podia deixar de concordar com o parecer da Administração Geral dos Correios e Telégrafos, dirigida pelo homem eminente como republicano e funcionário que é o atual Ministro das Finanças, Sr. António Maria da Silva.</p> <p>Refiro-me ainda à questão do exclusivo. De fato não tem o exclusivo? Não tenho nada com isso. Se amanhã aparecer um requerimento, como no Porto foi anunciado, para a instalação duma nova companhia, ou duma cooperativa, para a exploração do serviço telefónico, mando considerar esse requerimento, independentemente de qualquer interesse que tenha a Companhia dos Telefones.</p> <p>Porém, até hoje esse requerimento não apareceu, e, quando aparecer, garanto que o considerarei.</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>Quanto ao outro aspeto de que S. Exa. tratou, fazendo a comparação entre este decreto e o anterior, devo dizer que há uma diferença tão grande como entre o dia e a noite.</p> <p>Disse S. Exa. que esse decreto tem retroatividade. Não tem tal.</p> <p>O decreto estabelece normas e não, dá a ninguém nenhuma facilidade direta, porque não dá o direito de deixar de pagar o aumento das tarifas.</p> <p>Esta foi a doutrina do decreto. Sobre este decreto fizeram-se reclamações de subscritores e foi consultada a Procuradoria Geral da República. Sabe S. Exa. qual é a resposta da Procuradoria Geral da República? É que a aplicação das taxas deve entrar em vigor desde a data desse decreto, não dando a ninguém o direito de não pagar, nem o direito de pedir indemnizações na hipótese da Companhia falir.</p> <p>E o que faz esse decreto? Esse decreto faz uma cousa incomparavelmente mais favorável à opinião da Procuradoria Geral da República, e parece que deve ser acatado por nós, porque representa a opinião da pura observação do direito. Desta vez nesse decreto o que se fez foi dar aos subscritores que não concordassem com o aumento o direito de serem indemnizados da quarta parte da taxa que tinham pago pelo primitivo contrato.</p> <p>Se a comissão encarregada deste estudo e a Administração Geral dos Correios e Telégrafos não tivessem sugerido a ideia — e honra lhes seja feita — teria acontecido que da mesma maneira a Procuradoria Geral da República entendia que, desde a data da publicação do decreto, era exigível a totalidade do aumento da taxa.</p> <p>Evidentemente que restava aos subscritores o direito de não pagarem, mas à Companhia restava também o direito de retirar o telefone.</p> <p>Vê S. Exa., portanto, que entre a situação do primeiro decreto e do segundo há de facto um verdadeiro abismo, no que toca à situação dos subscritores.</p> <p>Sr. Presidente: foi de considerar a necessidade do aumento por duas razões: primeira, a circunstância de as receitas serem, em face da escrita da companhia, verificadas por essa comissão, julgadas insuficientes para fazer face às despesas da mesma companhia, quer às despesas anteriores, quer àquelas que de certo modo a tinham obrigado a aumento ao pessoal. Segunda, a circunstância de haver a necessidade de fazer o desenvolvimento da nossa rede telefónica do Lisboa e Porto, porque, como V. Exa. sabe, tanto numa como noutra cidade existe grande número de pedidos, que se podem contar por milhares, e ainda pela necessidade de se estabelecer em Lisboa uma nova estação, de forma a que o serviço possa corresponder às necessidades da população da cidade.</p> <p>Como V. Exa. sabe, as despesas são quase todas feitas no estrangeiro, e era necessário colocar a, companhia em condições de demonstrar que teria possibilidade de remunerar os capitais que a socorressem, por forma tranquilizadora. Sem isso seria inútil pensar, não só na realização das novas obras em, que a companhia estava empenhada, mas ainda no simples desenvolvimento da rede atual, pela montagem dos inúmeros telefones que lhe têm sido solicitados.</p>
--	--	--	--	--	--	---

							<p>Vê V. Exa., portanto, que esse aumento não foi exagerado, porquanto ele foi verificado por um organismo cuja maioria de membros era talvez interessada na hipótese contrária, isto é, o não aumento de tarifas.</p> <p>V. Exa. vê que em face disto o aumento torna-se legítimo e indispensável.</p> <p>Como disse, foi uma comissão de que faziam parte os representantes dos interessados que deu o seu parecer favorável ao aumento das taxas.</p> <p>No Porto verbalmente e por telegramas recebi pedidos para a resolução deste caso.</p> <p>Falou-se também na possibilidade de se formar uma empresa.</p> <p>Eu encontrei no contrato duas cláusulas que deixavam inteira liberdade para o fazer.</p> <p>Quanto ao aumento das tarifas S. Exa. certamente concordará comigo, confessando que eu fiz apenas o que tinha de fazer em tal circunstância.</p> <p>Espero que S. Exa. ficará satisfeito com as informações que tive a honra de dar a S. Exa. e à Câmara.</p> <p>O que eu disse está em perfeito acordo com os termos do processo que está à disposição de S. Exa. Nele encontrará todos os elementos de demonstração.</p> <p>Tenho dito.</p> <p><i>O orador não reviu.</i></p> <p>O Sr. Jaime Vilares: — Agradeço as explicações do Sr. Ministro do Comércio e lamento que S. Exa. tivesse seguido a praxe do seu antecessor e não tivesse dado representação, na comissão que ouviu, ao comércio do Porto.</p> <p>O Sr. Ministro do Comércio e Comunicações (António Fonseca): — Este assunto foi tratado com a Associação Comercial; e eu tive ocasião de mostrar que naquilo que dependia da minha iniciativa não me esqueceria nunca da região do Porto. E tanto assim que no assunto relativo à feira de Londres foi escolhido um representante da Associação Comercial de Lisboa e outro da Associação Comercial do Porto.</p> <p>Tenho dito.</p> <p><i>O orador não reviu.</i></p>
7	Paulo Cancela de Abreu	6	2	51	14/03/1923	22	<p>Agora outro assunto.</p> <p>Desejo perguntar ao Sr. Ministro do Comércio, visto que recebi esse encargo dos eleitores meus, o que há em relação ao projetado aumento das tarifas dos telefones.</p> <p>Como vi que já várias associações têm emitido o seu parecer sobre o assunto, pergunto a S. Ex.<sup>a</sup> se também já ouviu os subscritores particulares, aqueles que menos facilidade têm em arranjar a receita precisa para satisfazer (Apoiados), o novo encargo. Os direitos são iguais.</p>

							<p>Diz-se que a Companhia dos Telefones não tem a receita precisa para aumentar os vencimentos ao pessoal. Talvez assim seja, mas nesse caso, o que entendo é que esse aumento deve atingir simplesmente os assinantes novos, porquanto os antigos já têm sofrido aumentos superiores à depreciação da moeda.</p> <p><i>Apoiados.</i></p> <p>Peço ao Sr. Ministro do Comércio que preste esclarecimentos à Câmara também sobre este assunto.</p> <p>O Sr. Ministro do Comércio e Comunicações (Vaz Guedes): — Sr. Presidente: em resposta ao Sr. Cancela de Abreu tenho a dizer que a realmente a Companhia dos Telefones pediu um aumento de tarifas.</p> <p>E para que esse aumento se tornasse viável, entendeu o meu colega nomear uma comissão especial com a representação dum funcionário graduado dos correios e telégrafos. Estudou-se o assunto, convenientemente, mas infelizmente, não tendo chegado a um acordo os representantes dessa comissão, não se chegou a uma conclusão satisfatória.</p> <p>As Associações Comerciais de Lisboa e Porto propõem o aumento de 80 por cento, enquanto a Associação dos Lojistas propõe o aumento de 20 por cento para os telefones particulares e 50 por cento para os comerciais. Eu cingia-me ao parecer dessa comissão, e tive a primeira entrevista com os diretores da Companhia dos Telefones, que, depois das minhas declarações, deram mostras de não terem ficado muito contentes.</p> <p>Devo dizer ao Sr. Cancela de Abreu que folguei com as suas declarações, porque elas dalguma forma me conduzem à certeza de que poderei contar com o apoio da Câmara ao meu, procedimento. Isto consta duma proposta da Associação Comercial dos Lojistas.</p> <p><i>Trocam-se várias explicações entre os Srs. Deputados que rodeavam a bancada, ministerial.</i></p>
8	Paulo Cancela de Abreu	6	4	56	27/03/1925	14-16	<p>Sr. Presidente: desejo ainda referir-me a outro assunto.</p> <p>Apareceu nos jornais a notícia do que o Sr. Ministro do Comércio tinha preparado, para apresentar a Conselho do Ministros, um decreto tendente a aumentar a tarifa dos telefones.</p> <p>É a decantada questão dos telefones, que já custou alguns amargos de boca ao Sr. Pires Monteiro, o que esteve esquecido graças à ação enérgica do Sr. Plínio Silva.</p> <p>Eu pergunto com que direito, numa ocasião destas, o Sr. Ministro do Comercio toma semelhante atitude.</p> <p>Certamente que S. Exa. fez as suas contas e devo ter reparado que, só é certo que o preço das assinaturas dos particulares não atingiu a atualização do valor do escudo, a verdade também é que as assinaturas dos comerciantes a excedem em muito.</p> <p>Os telefones das casas comerciais pagam hoje, aproximadamente, 40 vezes mais do que pagavam em 1914.</p> <p>E como se explica o agravamento, agora que a nossa moeda está mais valorizada, o se impunha até uma redução das tarifas?!</p> <p>É interessante que o Sr. Ministro do Comércio explique o seu procedimento à Câmara, dizendo-nos se houve imposições para S. Exa. proceder como procedeu.</p> <p>Tenho dito.</p>

O Sr. Ministro do Comércio e Comunicações (Ferreira do Simas): - Sr. Presidente: perguntou o Sr. Paulo Cancela de Abreu qual o direito em que me arroguei para aumentar as tarifas dos telefones, precisamente na ocasião em que a moeda se tinha valorizado.

S. Exa., enfim, falou apenas pelas notícias vindas nos jornais.

Eu devo dizer a S. Exa. que não preparei os trabalhos para este aumento; eles já vinham preparados de Governos anteriores, e foi até sobre trabalhos organizados pelo Sr. Plínio Silva que eu resolvi esta questão.

Contudo, devo informar que o aumento permitido não foi senão para os telefones antigos, porque os outros foram todos reduzidos no seu custo, o os telefones comerciais que estejam pagando mais que o cálculo da desvalorização da moeda passarão a pagar menos.

O que realmente se teve do aumentar foram as tarifas dos telefones particulares chamados antigos, porque não atingiam mais do que 18 vezes a tarifa primitiva.

Mais devo dizer a V. Exa. que no aumento dos preços se atendeu principalmente aos pagamentos que o Estado era obrigado a fazer por virtude dos telefones cedidos a particulares.

Isso representa uma verba importante: basta dizer que o Estado tem 1:130 telefones da Companhia.

O Sr. Cancela de Abreu: - E bom que os abusos acabem, mas não à custa dos particulares.

O Orador: - Esses é que são os beneficiados, porque passam a ser pagos à Companhia muitos telefones particulares, visto que o Estado não podia estar a despende uma verba tão grande como a que despendia com telefones do Estado. Todos os Ministros que têm interferido neste assunto têm atendido à situação do Estado; o mesmo eu fiz agora.

Nestas condições, a economia que advirá para o Estado deve ser superior a 300 contos, e acaba-se com uma imoralidade, contra a qual de há muito se tem reclamado, a qual era a de muitos funcionários terem telefone por conta do Estado, sem que para tal tivessem direito.

O Sr. António Correia (interrompendo): - Eu achava bom que se aumentasse a esses, mas com o que não concordo é que se aumente aos particulares.

O Orador: - Mas a Companhia, agora, tem de tomar esses telefones como particulares.

O Sr. Cancela de Abreu: - Mas o aumento faz-se.

O Orador: - Mas a receita aumenta-lhes.

A única entidade que tem redução de 50 por cento é o Estado, de maneira que a Companhia, tomando esses telefones como particulares, vê aumentada a receita, diminuindo o déficit que ela diz ter.

O Sr. António Correia (interrompendo): - De maneira que são dois benefícios: aquele que resulta do aumento dos telefones particulares e o outro que resulta do facto de muitos telefones deixarem de ser pagos com a redução do 50 por cento, ficando sujeitos às tarifas dos primeiros.

O Orador: - É engano de V. Exa.

Não há dois aumentos.

O que a Companhia alega é que necessita de um aumento de tarifas, porque tem um déficit grande.

O Sr. Cancela de Abreu (interrompendo): - Mas a Companhia aumentou, quando o câmbio estava a 150\$; £ como compreende V. Exa. que ela aumente agora, novamente, quando o câmbio está mais baixo?

O Orador: - A proposta que me foi apresentada...

O Sr. Plínio Silva (interrompendo): - V. Exa. dá-me licença?

V. Exa. não ignora que fui eu, quando Ministro do Comercio, quem revogou o decreto n.º 10:318 e deste ato eu assumo inteira responsabilidade, como do todos os outros por mim praticados.

De resto, depois do voto expresso do Senado e após a publicação do meu decreto, as relações entre o Estado e a Companhia ficaram completamente rotas, não se atrevendo esta a reduzir os 20 por cento ao seu pessoal, como tinha anunciado.

Posteriormente, a Companhia modificou a sua atitude, e eu entendi que podia encetar novas conversas com ela.

Quando Ministro, procurei defender sempre os interesses do Estado e dos particulares, e disse à Companhia que a tornaria responsável de qualquer coisa que houvesse por redução do salário do seu pessoal.

V. Exa. procederá como melhor entender, mas não procure justificar a sua ação em atos que por mim tenham sido praticados.

O Orador: - Eu não pretendo apoiar a minha ação em quaisquer atos do V. Exa.

Como o Sr. Cancela de Abreu afirmou que o Sr. Plínio Silva, durante o tempo que esteve no Governo, não tratou qualquer coisa com a Companhia, eu tive de declarar que havia encontrado sempre uma sequência, desde o Sr. Pires Monteiro até a data em que tomei posse desta pasta, e que para o estudo da questão me serviram os elementos que V. Exa. organizou.

							<p>Foi isto o que eu disse.</p> <p>Creio que me é feita a justiça de se reconhecer que eu não estou aqui para defender os interesses da Companhia.</p> <p><i>Apoiados.</i></p> <p>O que eu procuro e procurarei enquanto aqui estiver é fazer justiça e defender os interesses do Estado e os dos assinantes da Companhia.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

## **APÊNDICE**

### **PRÁTICAS PRIMORDIAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS E NAS ORGANIZAÇÕES GOVERNAMENTAIS E POLÍTICAS**



**INDICE**

I.1. Organizações Sem Fins Lucrativos e Não Governamentais.....	7
I.1.1. Sociedade Propaganda de Portugal.....	7
I.2. Organizações Governamentais e Políticas.....	14
I.2.1. Ministério do Fomento.....	14
I.2.1.1. Repartição de Turismo.....	14
I.2.2. Ministério dos Negócios Estrangeiros.....	19
I.2.2.1. Da Secção dos Serviços de Imprensa ao Serviço de Imprensa.....	20
I.2.2.2. Adidos de Imprensa nas Legações e Embaixadas.....	25
I.2.2.3. Serviços de Propaganda e Informação de Portugal nos Países Amigos e Aliados.....	28
I.2.3. Ministério da Agricultura.....	31
I.2.3.1. Da Divisão de Investigação e Propaganda à Repartição de Estudos, Informação e Propaganda .....	32
I.2.3.2. Estação Agrária Central.....	35
I.2.4. Ministério do Interior.....	36
I.2.5. Presidência do Conselho.....	36
I.2.5.1. Secretariado da Propaganda Nacional.....	36
I.2.5.2. Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação.....	50
I.2.6. União Nacional.....	51
I.2.7. Organizações Estrangeiras em Portugal.....	53
I.2.7.1. Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa.....	53
I.2.7.2. Legações e Embaixadas acreditadas em Portugal.....	55
Bibliografia.....	64



## **Glossário de siglas e abreviaturas**

ANP – Ação Nacional Popular.

BIBL – Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa.

CNT – Conselho Nacional de Turismo.

CP – Comissão de Propaganda.

CT – Conselho de Turismo.

DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda (Brasil).

DIP/MA – Divisão da Investigação e Propaganda/Ministério da Agricultura.

DIPA – Divisão de Informação e Propaganda Agrícola.

DNB – Deutsche Nachrichtenbüro.

DSIPRPPAA – Direção dos Serviços de Informação e Propaganda da República Portuguesa nos Países Amigos e Aliados.

EAC – Estação Agrária Central.

EAN – Estação Agrária Nacional.

GCSPI – Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação.

GM – Gabinete do Ministro.

MA – Ministério da Agricultura.

MF – Ministério do Fomento.

MI – Ministério do Interior.

MNE – Ministério dos Negócios Estrangeiros.

NSDAP – Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei.

OFI – Office Français d'Information.

OWI – Office of War Information.

PCM – Presidência do Conselho de Ministros.

RDV – Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr.

REIP – Repartição de Estudos, Informação e Propaganda.

RG – Repartição do Gabinete.

RSPI – Repartição dos Serviços de Propaganda e Imprensa.

RST – Repartição dos Serviços Centrais.

RT – Repartição de Turismo.

SAI – Serviço Alemão de Informações.

SEI – Secretaria de Estado do Interior.

SI – Serviço de Imprensa.

SIEB – Secção de Imprensa da Embaixada Britânica.

SIILRFP – Serviço de Informação e Imprensa da Legação da República Francesa em Portugal.

SILA – Serviço de Informação da Legação da Alemanha.

SNI – Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo.

SP – Serviço de Propaganda.

SPA – Serviço de Publicidade Agrícola.

SPIRPPAA – Serviços de Propaganda e Informação da República Portuguesa nos Países Amigos e Aliados.

SPN – Secretariado da Propaganda Nacional.

SPP – Sociedade Propaganda de Portugal.

SSI – Secção dos Serviços de Imprensa.

STP – Secção Técnica de Propaganda.

UN – União Nacional.

A prática das RP empresariais em Portugal ter-se-á iniciado, conforme evidenciamos na presente investigação, durante a primeira metade do século XX. Para efeitos de contextualização global de tal prática, importa traçar também o panorama das práticas primordiais de RP nas organizações não governamentais e nas organizações governamentais e políticas. É precisamente esse o escopo deste apêndice, que, por limitações de espaço e de tempo, não pretende ser exaustivo, mas tão só caracterizar algumas práticas observáveis durante as primeiras cinco décadas do século XX.

## I.1. ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS E NÃO GOVERNAMENTAIS

### I.1.1. Sociedade Propaganda de Portugal (SPP)

Os primeiros vestígios, documentados, de práticas do tipo-RP podem ser atribuídos a uma organização não governamental, tendo tido início ainda durante a Monarquia constitucional. Com efeito, em fevereiro de 1906 foi fundada em Lisboa a Sociedade Propaganda de Portugal (SPP), instituição de natureza associativa destinada a promover “o desenvolvimento intelectual, moral e material do país e, principalmente, esforçar-se por que ele seja visitado e amado por nacionais e estrangeiros” (SPP, 1906: 3).

Considerada o “embrião civil da organização turística” (Pina, 1988: 13), a SPP veio responder a uma aspiração e a uma necessidade levantadas anos antes. Com efeito, em 1897 José Fernando de Sousa publicou três artigos sob o pseudónimo Nemo (Nemo, 1897a; 1897b; 1897c), nos quais ficou patente a sua visão sobre as potencialidades da propaganda e da publicidade aplicadas ao turismo e também a nítida influência do exemplo estrangeiro, muito particularmente o suíço.

Foi esse mesmo exemplo helvético que inspirou, aliás, Leonildo Mendonça e Costa<sup>11</sup>, “precursor da organização turística portuguesa” (Pina, 1988: 10), a fundar a SPP<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Mendonça e Costa era à época diretor da *Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Espanha* (Pina, 1988).

<sup>12</sup> A importância do exemplo estrangeiro foi testemunhada por Leonildo de Mendonça e Costa (1907), o qual referiu: “tendo tido (...) conhecimento das *Sociétés de Développement*, da Suíça [...], a cada manifestação da enorme propaganda que ali se faz para a captação do excursionista, mais se me avigorava o desejo de que idêntica obra se empreendesse entre nós” (Costa, 1907: 1). Mendonça e Costa contactara com tais sociedades em julho de 1902, quando foi um dos três representantes da Associação dos Jornalistas de Lisboa (AJL) no Congresso da Imprensa, em Berna. No relatório produzido pelos três enviados (Mesquita, Parreira e Costa, 1903), pode ler-se: “(...) a utilidade de fazer uma tenaz propaganda das belezas naturais e das faculdades que a Suíça proporciona, originaram a criação duma instituição, que se pode dizer hoje a principal do país, porque

Presidida por José Fernando de Sousa e sediada em Lisboa, os objetivos específicos da SPP incluíam iniciativas de ação nacional, junto dos poderes públicos e das administrações locais e de âmbito internacional. Para os cumprir, a SPP desenvolveu uma intensa atividade de propaganda, tendo instituído, em 1906, a Comissão de Publicidade, órgão dirigido por Sebastião de Magalhães Lima<sup>13</sup> e que contava, entre outros, com a participação de Mendonça e Costa<sup>14</sup>. Regia-se tal comissão por um regulamento específico que fixou as suas competências e atribuições nos seguintes termos:

- a) superintender sobre a disposição e arranjo de todas as publicações da Sociedade, podendo redigi-las quando essa redação seja da sua competência;
- b) redigir e fazer publicar artigos que correspondam aos fins da Sociedade;
- c) organizar, e fazer publicar o Boletim mensal, órgão da S.P.P. nos termos do art. 7.º;
- d) propor à Direção sobre assuntos da sua competência e dar-lhe parecer sobre aqueles em que for consultada.
- e) catalogar, arquivar e fiscalizar o material das publicações a seu cargo, de acordo com a secretaria (“Serviço interno”, 1907: 15).

Relativamente às atividades do tipo-RP desenvolvidas pela SPP desde a sua fundação<sup>15</sup> e às quais Pina (1988) aludiu<sup>16</sup>, podem as mesmas ser agregadas em dez áreas: (1) edição

---

ela exerce uma influência primacial nos seus progressos. Referimo-nos às sociedades para o desenvolvimento da Suíça, ou sociedades de propaganda e vulgarização. Estas sociedades, que a princípio se fundaram só nas principais cidades, já se estendem a todos os pontos, e tantas são – todas com idênticos intuitos – que já hoje têm a sua união onde se centralizam as ideias de todas e que as uniformiza e representa em total” (p. 11). Além de uma completa descrição das funções e organização das referidas sociedades de propaganda – identificando a sua estruturação em torno de três comissões, muito particularmente a de propaganda –, tal relatório defendeu também a criação em Portugal de duas associações semelhantes às helvéticas. Propunha mesmo que a direção da AJL nomeasse uma comissão tendente à constituição de uma sociedade de promoção de Portugal, projeto que não passou, contudo, do papel.

<sup>13</sup> A nomeação de Magalhães Lima (1851-1928) terá levado em conta o seu desempenho como propagandista e orador em comícios republicanos, como escritor, como jornalista (em 1879, foi colaborador e seguidamente diretor do *Commercio de Portugal*, e em 1880 fundou *O Século*), e a sua ligação ao estrangeiro, mediante a participação em congressos e conferências na Europa. A propósito da ligação ao turismo, Pina (1988) referiu que “a mais incisiva das demonstrações de fé nas benesses do turismo partiria de Sebastião de Magalhães Lima,” (p. 11). Para uma panorâmica biográfica de Magalhães Lima vejam-se Lima (1923) e Garnel (2004).

<sup>14</sup> Na qualidade de secretário perpétuo da SPP.

<sup>15</sup> Considerámos as atividades desde 1906 até 1912, último ano de que dispomos de dados, os quais foram obtidos a partir dos relatórios da gerência da SPP.

<sup>16</sup> Pina (1988) refere que foi na promoção turística que a SPP foi provavelmente “mais atuante” (p. 15), tendo “lançado pela primeira vez no País, de forma planeada e específica, materiais publicitários tais como cartazes e

do *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*; (2) relações com a imprensa e com os jornalistas; (3) relações com escritores; (4) publicação de folhetos e edições; (5) produção e distribuição de fotografias e filmes; (6) organização de conferências; (7) organização de exposições; (8) promoção de receções; (9) organização de festas; (10) realização de concursos.

Uma das primeiras iniciativas da Comissão de Publicidade da SPP foi precisamente o lançamento, em 1907, do *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*<sup>17</sup>. Em 1936, por ocasião do 30.º aniversário da SPP, iniciou-se a publicação de um novo periódico, intitulado *O “Touring” Português*, o qual teve, porém, uma existência breve, tendo findado em 1937.

O estabelecimento de relações com a imprensa, particularmente a estrangeira, teve início logo em 1906, quando a SPP homenageou o secretário da redação do *Figaro*, por ocasião da sua visita a Portugal, “agradecendo-lhe os serviços que o «Figaro» tem prestado ao nosso país com a sua publicidade” (“Relatório da direção provisória”, 1907: 13)<sup>18</sup>.

Outra ação primordial, desenvolvida em 1907, assumiu os seguintes contornos:

Fizeram-se diligências para que o «New York Herald» de Paris e os principais jornais de Londres publiquem diariamente um boletim da temperatura de Lisboa e do Estoril, com carácter oficial, sendo para isso necessário fundar ali um posto meteorológico, cujas observações sejam feitas diariamente e telegrafadas para aquelas capitais (“Relatório da direção provisória”, 1907: 13).

A análise das relações mantidas, ao longo dos anos, com a imprensa revela que a SPP assumiu tanto um papel reativo, corrigindo artigos imprecisos ou considerados injustos, como ativo, motivando os jornalistas a escrever sobre o país<sup>19</sup>.

O papel reativo é ilustrado, por exemplo, pela intervenção da SPP quando em finais de 1908 surgiram “notícias caluniosas nos jornais estrangeiros” (“A obra da ‘Propaganda’”, 1909: 9), as quais davam conta da crise política que se vivia em Portugal à época e de uma série de acidentes trágicos. Para desmentir tais peças jornalísticas, foi mandatado o

---

folhetos, ações promocionais, donde se destacam as *projeções luminosas*, precursoras dos modernos diaporamas” (*id.*, *ibid.*).

<sup>17</sup> Entre outros destinatários, o boletim, cuja publicação findou em dezembro de 1913, era enviado gratuitamente aos sócios e aos jornais de Lisboa, estando também disponível para venda ao público.

<sup>18</sup> A SPP concedeu também ao diretor do referido jornal o título de sócio honorário, “depois da publicação de excelentes artigos em defesa de Lisboa, como principal porto de escala de navegação transatlântica” (“Relatório da direção provisória”, 1907: 13).

<sup>19</sup> Idêntico procedimento foi seguido no que concerne aos escritores, nomeadamente aos autores de guias turísticos ou de manuais e de roteiros de viagens.

correspondente da SPP em Londres<sup>20</sup>, que atuou junto dos jornais que haviam feito eco das críticas<sup>21</sup>, tendo conseguido que os mesmos realizassem um desmentido formal<sup>22</sup>.

Quanto à promoção ativa de notícias na imprensa estrangeira, ilustra-a, por exemplo, o facto de em fevereiro de 1913 a SPP ter convidado 19 jornalistas ingleses<sup>23</sup> a visitarem Portugal. Tal iniciativa, que Pina (1988) considera ter sido “a primeira *viagem educacional*” (p. 15) que se realizou entre nós, visava um claro objetivo propagandístico junto da opinião pública inglesa:

A Inglaterra ficará conhecendo pela sua imprensa os nossos hábitos, os nossos costumes e as nossas tendências; formará do carácter do nosso povo um juízo crítico mais aproximado da verdade; saberá que neste momento a vida nacional passa por uma profunda renovação, tentando integrar-se nos seus destinos gloriosos e querendo elevar-se pela educação ao plano luminoso a que ascenderam as outras coletividades triunfantes.

Com sobrada razão diz ainda o escritor acima citado [João Grave] que quando os jornalistas que acabam de visitar-nos, iniciarem nas grandes folhas britânicas o relato das suas impressões, a opinião da Inglaterra acerca dos portugueses, há de transmutar-se (“A visita dos jornalistas ingleses”, 1913: 17-18).

Além deste tipo de iniciativas – cujos resultados dependiam da perspectiva crítica, do grau de isenção ou da boa vontade dos jornalistas –, a SPP desenvolveu ainda ações diretamente controladas por si. Em 1908 e 1912, por exemplo, custeou a inserção de suplementos ilustrado sobre Portugal na revista inglesa *Tatler* e no jornal parisiense *Le Temps*. Com os jornais portugueses a SPP logrou alcançar não só uma boa relação, mas também uma boa visibilidade pública, para o que terá contribuído o facto dos diretores de alguns dos mais importantes periódicos se encontrarem entre os seus sócios fundadores. Por outro lado, o boletim da SPP, a que já aludimos anteriormente, constituía-se também ele como fonte de informação para os jornalistas:

#### A TODOS OS JORNAIS

Tudo o que o nosso boletim contém é tendente à propaganda do país, portanto não carece de licença nossa para ser transcrito. Os jornais que, reproduzindo, no todo ou em parte, qualquer destes artigos, quiserem citar a origem ou referir-se por qualquer forma aos serviços, que esta Sociedade se preza de ter prestado e pode vir a prestar ao país, praticam uma gentileza que

<sup>20</sup> P. M. G. Taubs.

<sup>21</sup> *Westminster Gazette* e *Daily Telegraph*.

<sup>22</sup> A SPP ponderou ainda convidar “a imprensa inglesa a enviar um representante seu a Lisboa, à custa da Sociedade, para verificar o sossego e a ordem que existem aqui” (SPP, 1907: 10), o que não se concretizou.

<sup>23</sup> Representantes de jornais como o *Evening Standard*, o *New York Herald*, o *Daily Mail* e o *Sunday Times*.

lhes agradecemos. Os que se limitem a transcrever sem nos citarem, nem por isso deixarão de auxiliar a nossa missão, porque toda a publicidade que se dê aos nossos modestos artigos neste Boletim, a consideramos um benefício para o país (“A todos os jornais”, 1909: 24).

As relações com os escritores passaram pelo apoio editorial aos escritores estrangeiros que amiúde se referiam a Portugal, ou que visitavam o País, e também pela realização de ações pedagógicas ou que visavam retificar omissões ou erros cometidos pelos mesmos<sup>24</sup>.

A vertente editorial da SPP materializou-se na publicação de folhetos, mapas de Portugal, roteiros, guias, cartazes e outros materiais semelhantes. O seu início remonta a 1906, ano em que a SPP procedeu à elaboração de um guia prático dos hotéis de Portugal e criou um folheto ilustrado sobre Portugal, o qual foi redigido “pelo hábil especialista desse género literário, o sr. Marcel Monmarché” (“Relatório da direção provisória”, 1907: 12) e publicado em português, francês, inglês e alemão, possibilitando assim a sua distribuição no estrangeiro<sup>25</sup>. A estratégia de distribuição dos materiais impressos era diversa, sobretudo no estrangeiro, sendo de referir que a partir de 1911 a SPP passou a utilizar para o efeito as sucursais da Agência Havas e de algumas companhias de navegação sediadas em Hamburgo, e também a agência de viagens Cook, de Londres.

A aludida atividade editorial parece ter dado frutos concretos, tendo contribuído para que algumas companhias de navegação tivessem iniciado por volta de 1910 a organização de excursões a Portugal<sup>26</sup>.

A produção de clichés fotográficos pela SPP foi iniciada em 1908, servindo tais elementos como suporte a conferências realizadas em França e em Inglaterra sobre os monumentos e paisagens de Portugal. A nível cinematográfico, a SPP abriu em 1912 as negociações com algumas produtoras de cinema, visando a realização de filmes sobre

---

<sup>24</sup> Foi nesse sentido que em junho de 1907 o presidente da SPP, José Fernando de Sousa, escreveu a Albert Demangeon (1872-1940), autor do *Dictionnaire – Manuel Illustré de Géographie*, que acabara de ser publicado em França. Demangeon reconheceria em carta de 21 de junho os erros cometidos, comprometendo-se a eliminá-los na próxima edição do seu livro e abrindo mesmo portas a uma colaboração com a Sociedade Propaganda de Portugal (“Rectificando”, 1907).

<sup>25</sup> Semelhante ao referido folheto, foi também criado um guia ilustrado sobre o País, redigido em castelhano para facilitar a respetiva distribuição na Argentina, e concedido apoio, sob a forma de recomendação, ao *Manual do Viajante em Portugal*, publicado em 1907 por Mendonça e Costa.

<sup>26</sup> Referindo-se a tal feito, considerava a SPP em 1910 “Não foi, portanto, infrutífero o dispendioso reclame que por meio de brochuras e cartazes ilustrados, a nossa Sociedade fez espalhar, no ano último [1909], em toda a Inglaterra, como infrutíferas não foram as diligências que tem empregado junto das diversas companhias de navegação” (“A obra da Propaganda”, 1910: 33-34).

Portugal. Destinados tanto à exibição nacional como internacional, a sua utilização manteve-se, pelo menos, até aos anos 1930<sup>27</sup>.

A organização de conferências pela SPP arrancou em fevereiro de 1907, por ocasião do primeiro aniversário da fundação da Sociedade. Neste mesmo ano, e nos seguintes, foram desenvolvidas variadas iniciativas, das quais se destacam as primeiras conferências efetuadas no estrangeiro – que tiveram lugar em Londres, em 1909 –, a participação da SPP em congressos internacionais – tendo a primeira ocorrido também em 1909, quando a sociedade se fez representar no Congresso Internacional de Turismo, realizado em San Sebastian –, a organização do IV Congresso Internacional de Turismo – que decorreu em Lisboa em Maio de 1911 – e a conferência que Magalhães Lima proferiu, em Abril de 1912, no Teatro da República (Lima, 1912).

Ao nível da organização de exposições, as primeiras atividades da SPP remontam a 1906, mediante a mobilização de uma agência de viagens lisboeta para a exposição de imagens panorâmicas de Portugal nos seus mostradores e, ainda, a motivação da Companhia de Orleans para aumentar o número daquelas mesmas imagens em exposição nas suas carruagens e na estação de Orsay, em Paris. Em 1908, as prioridades da SPP neste âmbito foram o desenvolvimento de diligências para a instalação de um palácio de exposições em Lisboa e a participação de Portugal na Exposição Internacional de Cerâmica – que decorreu em Faenza, Itália – e nas exposições de Londres e de Bruxelas<sup>28</sup>.

A promoção de receções e o acolhimento de visitantes estrangeiros foi iniciada pela SPP em junho de 1906, ano em que a Sociedade levou a cabo uma ‘operação de charme’ junto dos oficiais do cruzador argentino *Buenos Ayres*, aos quais ofereceu um jantar no Hotel Bragança “para uma demonstração de simpatia por aquele belo país” (Sousa, 1907: 12). Este tipo de iniciativas repetiu-se em 1908, com uma receção aos oficiais do navio *Minas Gerais*, e em 1911, com a visita do navio-escola brasileiro *Benjamim Constant*. Estas ações, e outras similares, tiveram continuidade nos anos seguintes, abrangendo diversos protagonistas<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Em 1935, a SPP organizou uma sessão de cinema em homenagem aos marinheiros de uma esquadra inglesa de passagem por Lisboa, tendo mandado “fazer um pequeno filme reproduzindo os mapas e gráficos das grandes viagens, descobertas e expansão dos portugueses pelo mundo” (“Relatório da Direção”, 1936: 6).

<sup>28</sup> Estes projetos foram, todavia, marcados pelo insucesso, o que ficou a dever-se à falta de apoio do Governo português e à incapacidade da própria SPP se substituir financeiramente à administração central, facto que terá, porventura, ditado o futuro desinvestimento da sociedade no domínio das exposições.

<sup>29</sup> Foi neste mesmo âmbito que em 1908 a SPP acolheu e facilitou a visita de personalidades como o ministro francês das Colónias e o diretor do jornal *Standard*, tendo atingido um ponto marcante com a receção dos delegados oficiais à Conferência Internacional Telegráfica, realizada em Lisboa. Em 1910, dispensou igual cortesia ao reitor da Universidade de Genebra e ao Marechal Hermes da Fonseca, na primeira visita que o

A organização de festas por parte da SPP, com o propósito da atração turística e de entretenimento dos visitantes de Portugal, parece ter sido uma atividade do tipo-RP menos desenvolvida do que as anteriores. Com efeito, os dados disponíveis evidenciam que se limitou a dois eventos levados a cabo logo nos primeiros anos de funcionamento da SPP<sup>30</sup>.

Quanto à promoção de concursos, o primeiro deles começou a ser preparado em 1906 e consistia num concurso fotográfico de vistas pitorescas de Portugal. Outra iniciativa foi o concurso de hotéis, que teve a sua primeira edição em 1907. Efetuado, pelo menos, até 1910, visava premiar os hotéis que mais se distinguissem ao nível do conforto e da higiene, contribuindo assim para uma melhor imagem do país junto dos turistas<sup>31</sup>.

Institucionalmente, a SPP viveu uma fase atribulada imediatamente antes e após a instauração da República (5 de Outubro de 1910), tendo sofrido algumas baixas de vulto entre os seus altos dirigentes, nomeadamente por divergências políticas<sup>32</sup>. A Sociedade sobreviveu a tais demissões, tendo empossado Sebastião de Magalhães Lima<sup>33</sup> como novo presidente, o qual logrou abrir, em 1917, um *bureau de renseignements* em Paris (Pina, 1988).

Tal dinamismo não impediu, todavia, a progressiva transferência de competências para organismos governamentais facto que nos anos 1920 deixou a SPP “praticamente inoperante no plano turístico” (Pina, 1988: 17).

Na década seguinte, com o despertar das emissões radiofónicas, a SPP passou também a utilizar esse meio de propaganda, realizando na Emissora Nacional (EN), a partir de 1935, uma palestra diária de propaganda turística.

Outros factos relevantes nos anos 1930 foram a abertura de um ‘bureau central de informações’ em Lisboa<sup>35</sup> e a organização, em 1936, do I Congresso Nacional de Turismo. Nesse evento, realizado em Lisboa, participou o presidente da SPP, que defendeu um

---

então Presidente do Brasil fez a Portugal. Em 1912, apresentou cumprimentos à comissão oficial encarregue pelo governo norte-americano de convidar o governo português a estar presente, em 1915, na cerimónia de abertura do Canal do Panamá e na Exposição de São Francisco.

<sup>30</sup> O primeiro deles teve lugar em maio de 1907, data em que a SPP organizou uma batalha de flores no Campo Grande. Idêntica festa foi realizada em 1908, em honra dos congressistas da Conferência Internacional Telegráfica.

<sup>31</sup> Aos hotéis premiados era atribuído um valor pecuniário, assim como um diploma.

<sup>32</sup> Destacam-se a demissão e desfiliação, por volta de setembro de 1910, do Conselheiro António Cabral Paes do Amaral (presidente da Assembleia-Geral), a renúncia de Mendonça e Costa às funções de secretário perpétuo, concretizada em novembro de 1910, e a demissão, em fevereiro de 1911, de Fernando de Sousa, então presidente da direção, cargo que exercia desde o início da sociedade

<sup>33</sup> Militante republicano, Magalhães Lima viria a ser ministro da Instrução, no Governo de José de Castro, e em 1923 seria proposto por Teófilo Braga ao Congresso da República como candidato a Chefe de Estado.

<sup>35</sup> Constituído em parceria com a Agência Nacional de Viagens Turismo Portugal.

modelo para a organização do organismo oficial de promoção turística. Replicando os organismos existentes à data em Espanha e em Itália, tal modelo passava por uma intervenção direta do Estado, mediante a criação de um comissariado-geral do turismo, que seria um órgão executivo, de um Conselho Técnico Turístico e, finalmente, de uma Federação Nacional de Turismo, organismo que chamaria a si as tarefas de propaganda – tanto interna como externa – com o apoio das sociedades particulares, como a SPP.

O referido modelo não passou, contudo, do papel pois o Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) centralizou a partir de 1939 a gestão central do turismo, tendo votado a SPP ao esquecimento (SPP, 1948)<sup>36</sup>.

## I.2. ORGANIZAÇÕES GOVERNAMENTAIS E POLÍTICAS

À transição de regime político, consumada pela revolução de 5 de outubro de 1910, corresponderam quase de imediato os primeiros vestígios de investimento governamental nas práticas e atividades do tipo-RP, nomeadamente através da criação de serviços, de departamentos e mesmo de organismos de informação e propaganda. Assim, logo nos anos 1910, terão sido pioneiros nesse âmbito o Ministério do Fomento, o Ministério dos Negócios Estrangeiros, o Ministério da Agricultura e o Ministério do Interior. Nos anos 1930, surgiram novos protagonistas, consubstanciados na Presidência do Conselho, através do Secretariado da Propaganda Nacional e do Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação, e nos partidos políticos, mediante a União Nacional.

### I.2.1. Ministério do Fomento

#### I.2.1.1. Repartição de Turismo

A Repartição de Turismo<sup>37</sup> (RT) foi criada em maio de 1911, por decreto com força de lei do Ministério do Fomento (MF)<sup>38</sup>, no qual ficou integrada autonomamente sob a orientação de

---

<sup>36</sup> Tal como ficou testemunhado no relatório e contas da gerência de 1947 da SPP (Sociedade Propaganda de Portugal, 1948), no qual se refere “Contam-se por centenas as informações escritas e verbais que prestámos a nacionais e estrangeiros que nos procuraram. Muitos destes vieram até nós por indicação do próprio Secretariado Nacional de Cultura Popular e Turismo que, fora estes casos, mais um ano deixou decorrer ignorando a existência da S.P.P. [...] a quem nunca associou, sequer como simples convidado, a qualquer das inaugurações das suas obras de turismo como por exemplo a de novas pousadas turísticas” (p. 3).

<sup>37</sup> Não obstante a RT ter transitado para o MI e para o SPN/SNI, como veremos seguidamente, decidimos incluí-la no âmbito do MF por ter sido nesse Ministério que foi inicialmente criada.

<sup>38</sup> O MF substituiu o anterior Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria. A integração da RT neste ministério em particular – pelo Decreto com força de lei do MF, de 16 de maio de 1911 – é enquadrada pelo

um Conselho de Turismo (CT), igualmente instituído naquela data (Costa, 1951; Pina, 1988; Brito, 2003).

A fundação da Repartição insere-se no contexto da emergência do turismo moderno em Portugal, situada entre 1910 e 1926 (Brito, 2003), tendo ocorrido em sincronia com a realização do IV Congresso Internacional de Turismo<sup>39</sup>.

O exemplo estrangeiro foi, aliás, decisivo para a instituição da RT, ainda que não se possa ignorar que a SPP questionara, em 1909, o Governo sobre “quando seria instituída entre nós uma Repartição de turismo” (Ataíde, 1912: 68). Com efeito, a Repartição correspondeu “a uma necessidade instante, compreendida por outros países, como a Itália e a França, onde o *Office Central de Tourisme*, muito tem contribuído para o desenvolvimento económico das duas nações” (Lima, 1927: 3). Terá presidido igualmente à instituição da RT uma mensagem ou simbologia política:

Era também a hora do novo regime republicano provar a si próprio e ao País que as suas promessas, decorrentes dum ideário progressista de abertura ao mundo e à modernidade – e que tão badaladas tinham sido na campanha contra a monarquia derrubada – não se haviam resumido ao costumeiro foguetório propagandístico.

Nascida duma vontade intrínseca de realizar obra nova, a Repartição de Turismo, emblematicamente integrada no Ministério do Fomento, refletia também, atendendo aos seus fins, o ideal internacionalista da I República, transmitido, por certo, pela sua forte componente maçónica (Pina, 1988: 21).

Os objetivos da RT incluíam, muito particularmente, mas não somente, realizar a propaganda turística de Portugal<sup>40</sup>, tal como explicitou Ataíde (1912), referindo que lhe competia “fazer com oportunidade no país e principalmente no estrangeiro a propaganda necessária para o conhecimento perfeito de Portugal como país de turismo” (p. 69). E embora a RT fosse concorrente da SPP, a cooperação entre ambas foi assegurada pela presença de uma figura unificadora comum às duas instituições:

Durante algum tempo, as duas organizações turísticas, a oficial e a privada, irão coabitar um mesmo espaço operacional, colaborando, pontualmente, numa ou noutra iniciativa, evitando, contudo, beliscarem as respetivas autonomias – situação para a qual muito terá contribuído a presidência simultânea de Sebastião de Magalhães Lima na Sociedade Propaganda e no

---

exemplo da Áustria e de França, países em que, de acordo com Ataíde (1912) as respetivas repartições de turismo se encontravam igualmente integradas nos “Ministérios das Obras Públicas” (p. 11).

<sup>39</sup> Reunido em Lisboa entre 12 e 20 de maio de 1911 (Costa, 1951).

<sup>40</sup> As atribuições propagandísticas da RT eram claramente afirmadas nos seus relatórios de atividade. Nesse sentido, afirmou Ataíde (1914) que “precisamos antes de tudo desfazer a impressão que tem muita gente de que a Repartição de Turismo não tem uma missão de propaganda e publicidade” (p. 91).

Conselho de Turismo estatal. Por outro lado, este bicefalismo ambíguo encontra também razões na momentânea dificuldade revelada pela estrutura oficial em se impor numa conjuntura onde a guerra e a omnipresente instabilidade governamental provocavam o adiamento ou interrompiam a implementação sistemática de medidas dirigidas ao sector (Pina, 1988: 17).

Magalhães Lima ocupou, com efeito, a presidência do CT<sup>41</sup>, tendo a chefia da RT sido confiada a José de Ataíde<sup>42</sup>. Apesar de ser advogado, e não um publicista ou propagandista, este último estava bem ciente da importância da propaganda:

Hoje todas as nações reclamam as suas belezas naturais.

É assim que diante dos nossos olhos temos folhetos, cartazes, álbuns, livros, de todos os géneros, tamanhos e feitios, modestos uns, simples outros, alguns, obras primas de luxo, descrevendo os mais fantasmagóricos lugares, sítios onde ninguém ouviu falar, inverosímeis cantos do globo, como o ponto ideal para viajar. Na América, na Austrália, na África, por toda a parte, há inúmeras sociedades interessadas no desenvolvimento do turismo, lançando aos milhares as mais extravagantes e luxuosas publicações, profusamente ilustradas, e escritas numa linguagem especial de reclamo de grandes armazéns, procurando chamar a clientela inerte, exaltando-lhe com palavras respigadas, uma montanha para lavar e durar, umas termas onde se curam todas as doenças, um bosquezinho frondoso que não encolhe depois de molhado, todos os mil *trucs* enfim, de que se serve o comerciante espertalhão que descobriu o elixir do fato de cheviote por quatro mil e quinhentos e que não quer que a freguesia vá para o vizinho do lado (Ataíde, 1912: 9-10).

As atividades do tipo-RP desenvolvidas pela RT ter-se-ão iniciado pelas relações com a imprensa, tal como se infere do seu primeiro relatório: “ainda a Repartição estava em obras e já fazíamos distribuir por todos os jornais do país uma circular em que se comunicava aos seus diretores a criação da Repartição e seus fins” (Ataíde, 1912: 133). O propósito de tal iniciativa foi explicitado nos seguintes termos: “dirigindo tal circular tivemos em vista não só interessá-los nas questões de turismo, mas principalmente, mostrar-lhes que esta Repartição se interessaria por quaisquer alvites, reclamações, queixas, etc., de que se fizessem eco” (*Id.*, *ibid.*).

Além da comunicação direta com a imprensa, a RT fazia também a monitorização das notícias publicadas nos jornais e revistas nacionais e internacionais<sup>43</sup>:

---

<sup>41</sup> O órgão a que Magalhães Lima presidia tinha legalmente atribuída a orientação da RT e a deliberação em matérias de organização de estudos e de propostas apresentadas como resultado dos estudos realizados pela referida Repartição, competindo-lhe igualmente a aprovação das receitas e despesas daquela estrutura.

<sup>42</sup> A nomeação de José de Ataíde para a RT – que dirigiu durante os seus primeiros 30 anos – data de 12 de agosto de 1911. Pina (1988) refere-se a ele como “o primeiro executivo oficial do turismo português” (p. 11).

Assim prevenidos os jornais poderiam fazer quaisquer reclamações sobre assuntos de turismo porque teriam a certeza que a Repartição de Turismo delas tomaria conhecimento. É afinal de contas o que tem sucedido, tendo nós o cuidado de ler ou mandar ler os diversos jornais, recortando-se as notícias referentes ao turismo e tomando-se providências sobre as reclamações (*id.*, *ibid.*).

Entre as atividades primordiais desenvolvidas pela RT, fundamentalmente centradas na recolha de informação, contou-se também a comunicação, por circular, com as câmaras municipais – visando-se, mediante um questionário anexo criado para o efeito, “organizar o cadastro dos nossos motivos de turismo” (Ataíde, 1912: 140) – e com estâncias termais, “companhias de Navegação, Agências de Excursões e Museus Públicos” (*id.*, p. 143). Foram também colocados “Anúncios do país e dos hotéis portugueses na publicação inglesa *Where to stay*” (*id.*, p. 145) e editadas “Publicações por conta da Repartição” (*id.*, p. 146).

Nos anos seguintes<sup>44</sup>, a RT ampliou as atividades do tipo-RP, tendo colaborado com jornalistas estrangeiros, aos quais prestava informações turísticas – como sucedeu com as inglesas Mona Maxwell e Ethel Hargrove<sup>45</sup> –, ou fornecia fotografias para ilustrar os respetivos artigos (Ataíde, 1914).

Colaborou, por outro lado, com escritores estrangeiros que pretendiam escrever sobre Portugal<sup>46</sup>, assistindo-os na logística indispensável às suas deslocações pelo País e estabelecendo parcerias para diminuir os custos dos transportes ferroviários.

A RT investiu igualmente na produção editorial turística, de que é exemplo o folheto *Sunny Portugal* (Portuguese Government Tourist Department, 1913)<sup>47</sup>, de placards (Ataíde, 1916) e de um boletim próprio<sup>48</sup>.

---

<sup>43</sup> De acordo com Ataíde (1912), a RT recebia diversos jornais e revistas de âmbito nacional, regional e local, alguns obtidos por “remessa gratuita” (p. 133) e outros por assinatura.

<sup>44</sup> Só foi possível localizar na coleção da BNP os relatórios da Direção da RT referentes aos biénios 1911-1912, 1913-1914, 1914-1915 e 1916-1917. Esta coleção é, porém, incompleta uma vez que está documentada a publicação de um relatório relativo ao exercício de 1912-1913 (Ataíde, 1916) e que, de acordo com Ataíde (1927), os relatórios da RT foram publicados até 1919, tendo depois cessado.

<sup>45</sup> Autora do livro *Progressive Portugal* (Hargrove, 1914).

<sup>46</sup> A este propósito, veja-se Baker (1912), que publicou um livro sobre as suas férias de Inverno em Portugal.

<sup>47</sup> A autoria dos folhetos da RT coube, segundo Pina (1988) a “nomes sonantes das letras e das artes portuguesas” (p. 69), nomeadamente Henrique Lopes de Mendonça, Albino Forjaz de Sampaio, Gustavo de Matos Sequeira e Francisco Nogueira de Brito. Já a ilustração foi confiada a Roque Gameiro.

<sup>48</sup> Intitulado *O Turismo em Portugal: Boletim de Informações da Repartição de Turismo*, iniciou a sua publicação em 1927. O facto de existir apenas o primeiro número na coleção da BNP pode indiciar que se tratou de uma edição sem continuidade temporal.

Ao nível da organização de eventos, destacou-se a realização do V Congresso Internacional da Crítica, em 1931, e do VIII Congresso Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo (1933).

A componente fílmica entrou nas atividades da RT durante o exercício de 1916-1917<sup>49</sup>, o que ficou a dever-se aos esforços de Magalhães Lima para que a casa Gaumont<sup>50</sup> realizasse uma reportagem em Portugal (Ataíde, 1918)<sup>51</sup>.

Finalmente, a RT procurou também utilizar a música como elemento de promoção e propaganda turística de Portugal no estrangeiro, o que, porém, não se concretizou atendendo aos resultados decepcionantes do concurso aberto para o efeito (Pina, 1988).

Institucionalmente, as aludidas atividades não se encontravam, porém, centralizadas numa secção específica<sup>52</sup>, o que ficou a dever-se à falta de verbas para a financiar<sup>53</sup> (Ataíde, 1916). Tal contrariava os objetivos de José de Ataíde, que defendia a instalação de uma tal secção e possuía até um esboço do perfil ideal do seu potencial dirigente:

A secção de propaganda seria dirigida por um indivíduo conhecedor do assunto e que tivesse dado provas da sua capacidade para o desempenho do lugar. A um indivíduo que seja chamado para tomar a chefia duma secção desta natureza, devem-se exigir as maiores habilitações. Compreende-se perfeitamente que assim seja. Esta secção é importantíssima. Exige imensos conhecimentos e variadíssimas aptidões.

É preciso, por outro lado, que seja uma pessoa que se possa dedicar de todo o coração ao lugar, que demanda da parte de quem o vá assumir, um espírito criador e inventivo (Ataíde, 1916: 71).

Apesar de José de Ataíde referir que a RT se mantinha “vigorosa e exuberante” (1927: 6), a sua atividade terá declinado a partir de 1919, tal como o próprio notou<sup>54</sup>. Contribuiu para tal a instabilidade orgânica que a RT conheceu a partir de 1920, data em que perdeu a sua autonomia ao ficar subordinada ao Conselho de Administração de Estradas e Turismo, criado nesse mesmo ano no âmbito do Ministério do Comércio e Comunicações (Brito, 2003).

---

<sup>49</sup> Não obstante ter sido proposta em 1912 (Pina, 1988).

<sup>50</sup> A produtora cinematográfica Société des Établissements Gaumont foi fundada em França em 1895.

<sup>51</sup> O projeto teve início em junho de 1917, tendo a RT organizado o programa das atrações turísticas a serem filmadas. Também a Pathé filmou em Portugal nas mesmas circunstâncias.

<sup>52</sup> Tal como se infere do relatório da Direção da RT relativo ao biénio 1914-1915 (Ataíde, 1916).

<sup>53</sup> Para obviar à falta de verbas, José de Ataíde defendeu, sem sucesso, que a RT fosse financiada pela criação de uma taxa hoteleira (Ataíde, 1914) e de uma percentagem das receitas do jogo (Ataíde, 1916).

<sup>54</sup> Referiu Ataíde (1927): “Desde então [1919] nenhum outro relatório foi publicado, sendo do desconhecimento do público a realização dos trabalhos desempenhados por aquele organismo oficial depois daquela data” (p. 6).

Em 1927, em plena Ditadura Militar, a tutela da RT foi transferida para a Secretaria Geral do MI o que teve consequências nefastas<sup>55</sup>. Por outro lado, em 1929 foi criado o Conselho Nacional de Turismo (CNT), o qual, terá representado a “menorização do papel da Repartição de Turismo” (Brito, 2003: 599), nomeadamente ao nível das ações de propaganda, atendendo a que a responsabilidade nacional pelas mesmas foi descentralizada para as Comissões de Iniciativa regional, criadas em 1921, gerindo o CNT a parte internacional.

No âmbito de tal processo, a RT mudou mesmo de nome, passando a designar-se Repartição de Jogos e Turismo (Costa, 1951). Como corolário das mudanças orgânicas e hierárquicas, a RT foi integrada em 1939 no SPN, vindo a ter como dirigente Jorge Felner da Costa (1916-1976).

### I.2.2. Ministério dos Negócios Estrangeiros

Muito embora não pretendamos, nem possamos, realizar uma ampla e exaustiva descrição dos primórdios das práticas do tipo-RP no Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE), ou das motivações e do contexto que conduziram a tal<sup>56</sup>, afigura-se pertinente delinear como tal prática – sobretudo ao nível das relações com a imprensa – existia já, de forma organizada, no início dos anos 1910.

Com efeito, as preocupações do MNE neste âmbito remontam, pelo menos, a 1911, data em que a orgânica do ministério foi definida<sup>57</sup>. Tais funções eram então desempenhadas não por uma estrutura departamental específica ou especializada, mas sim pela Repartição dos Serviços Centrais (RSC), organismo integrado no Gabinete do Ministro.

Entre as suas competências contavam-se:

(...) a publicação do *Anuário*, a do *Boletim do Ministério* (...); a leitura dos extratos dos jornais nacionais e estrangeiros para informação dos Ministros e diretores gerais; a reunião de informações e documentos sobre a vida política, económica, científica e artística de Portugal e a sua transmissão às Legações de Portugal (Decreto com força de lei de 26 de maio do MNE, 1911, p. 2448).

---

<sup>55</sup> Segundo Pina (1988), “a Ditadura Militar (...) vibrará na Repartição de Turismo um golpe quase fatal, ao passá-la, em 1927, para a dependência do sombrio Ministério do Interior – acautelando-se, por certo, de imaginários perigos procedentes da deambulação de estrangeiros pelo País” (p. 29).

<sup>56</sup> O contexto que levou o MNE a iniciar práticas do tipo-RP carece de posterior investigação e de contextualização política e económica, podendo estar ligado à sua exposição a práticas homólogas desenvolvidas em países estrangeiros ou nas embaixadas e legações estabelecidas em Portugal.

<sup>57</sup> Decreto com força de lei de 26 de maio de 1911, do MNE.

### I.2.2.1. Da Secção dos Serviços de Imprensa ao Serviço de Imprensa

O primeiro departamento do MNE dedicado especificamente às relações com a imprensa foi estabelecido em 1919, mediante a criação da Secção dos Serviços de Imprensa (SSI), estrutura integrada na Direção Geral do Gabinete do Ministro dos Negócios Estrangeiros<sup>58</sup>.

Da leitura do decreto que a instituiu (Decreto n.º 5:704 de 10 de maio do MNE, 1919), infere-se que a SSI correspondeu “à necessidade de se melhorarem no Ministério dos Negócios Estrangeiros os serviços de imprensa, que se tornam cada dia mais complexos” (p. 1116).

Para chefiar a SSI foi nomeado Nicolau Alberto de Fonty Archer (1882-19--), cuja seleção representou uma “escolha do Ministro dos Negócios Estrangeiros de entre os segundos oficiais do Ministério” (*Id.*, p. 1117). Tendo integrado previamente o gabinete do Ministro, o referido funcionário possuía já experiência na área em causa<sup>59</sup>, tal como ficou claro no decreto da sua nomeação:

Usando da autorização que me confere o número 4.º do artigo 47.º da Constituição da República Portuguesa, e tendo em vista o disposto no decreto de 10 do corrente, que cria um lugar de primeiro oficial, chefe de secção, para dirigir a secção da imprensa na Direção Geral do Gabinete do Ministro no Ministério dos Negócios Estrangeiros, e atendendo a que o segundo oficial, Nicolau Alberto de Fonty Archer, tem tido a seu cargo, já há bastante tempo e com o apreço de todos os Ministros, aquele serviço: hei por bem, sob proposta do Ministro dos Negócios Estrangeiros, promover para aquele lugar de primeiro oficial, chefe de secção, o segundo oficial da mesma Direção Geral, Nicolau Alberto de Fonty Archer, por urgente conveniência de serviço (Decreto de 20 de maio do MNE, 1919, p.1682).

As funções de Fonty Archer podem ser encontradas nas tarefas atribuídas à própria SSI, à qual competia:

- a) A leitura e extrato dos jornais nacionais e estrangeiros para informação do Ministro e dos diretores gerais;
- b) Informações sobre o que se publica na imprensa estrangeira;
- c) Publicidade de Portugal no estrangeiro (Decreto n.º 12:824 de 30 de novembro do MNE, 1926, p. 2196).

---

<sup>58</sup> O Ministro dos Negócios Estrangeiros era então Xavier da Silva Júnior.

<sup>59</sup> Note-se que Fonty Archer foi integrado no Gabinete do Ministro dos Negócios Estrangeiros em 1 de julho de 1911 e na Direção Geral do Gabinete do Ministro em 19 de Agosto de 1916 (MNE, 1932).

A SSI foi reestruturada em maio de 1929 no âmbito da reorganização do MNE<sup>60</sup>. Foi assim substituída pela Repartição dos Serviços de Propaganda e Imprensa (RSPI), serviços considerados como “imprescindíveis elementos de estudo e de ação na diplomacia moderna” (Decreto n.º 16:822 de 2 de maio do MNE, 1929: 1099).

Colocada na dependência já não do Gabinete do ministro<sup>61</sup>, mas sim na Direcção-Geral dos Negócios Políticos, da Divisão da Secretaria de Estado, incumbiam à RSPI as seguintes atribuições e tarefas:

- a) Informações e relatórios sobre o que se publica nos jornais e revistas nacionais e estrangeiros interessando Portugal em matéria noticiosa e política, e extratos dos jornais nacionais e estrangeiros que devam ser diariamente presentes ao Ministro e aos diretores gerais;
- b) Publicidade de Portugal no estrangeiro;
- c) Comunicação à imprensa portuguesa, nos termos que forem determinados em ordem de serviço interno, das informações e notícias que o Ministro julgar conveniente dar a público;
- d) Relações com a imprensa nacional e estrangeira;
- e) As reuniões e organizações internacionais de carácter literário, artístico e desportivo, e bem assim as de carácter científico que não tenham fins de aplicação económica;
- f) As questões de turismo e de propaganda de Portugal no estrangeiro (Decreto n.º 16:822 de 2 de maio do MNE, 1929: 1102).

Para chefiar a nova repartição, foi nomeado Francisco de Sande Salema Mayer Garção (1872-1930), poeta e jornalista republicano de *A Capital* (Matos, 2012), que tomou posse do cargo a 2 de maio de 1929 (MNE, 1930). Com o seu falecimento, em agosto de 1930,

---

<sup>60</sup> Efetuada mediante o Decreto n.º 16:822, de 2 de maio de 1929, do MNE.

<sup>61</sup> O facto de em julho de 1929 o MNE ter chamado a Lisboa João Lebre e Lima (1889-1959), que desde finais de 1919 se encontrava, na qualidade de segundo secretário, ao serviço da embaixada de Portugal no Rio de Janeiro (cf. AHDMNE, Cx. 87, processo individual de João Lebre e Lima), permite colocar a hipótese de que o Ministro pretendia reter algumas competências comunicacionais no seu gabinete. Com efeito, a imprensa noticiou que Lebre e Lima vinha “assumir, no gabinete do sr. ministro dos Negócios Estrangeiros, as funções de diretor dos serviços de Imprensa” (“Com sua esposa”, 1929: 4), ainda que aquele tenha, na verdade, exercido o cargo de secretário particular do ministro. As suas habilitações académicas incluíam o bacharelato em direito pela Universidade de Coimbra, o curso completo de psicologia experimental – psicologia aplicada ao comércio e à indústria – pela Faculdade de Ciências da Universidade de Genebra e a frequência das classes de psicologia da Université Libre (Bruxelas) e de psicologia experimental do Institut Jean-Jacques Rousseau (Genebra). Lebre e Lima desempenhou tais funções por breve período, até novembro de 1929, já que em dezembro do mesmo ano tomou posse como 1.º Secretário na Embaixada de Londres.

substituiu-o nesse mesmo mês Fernando Quartin de Oliveira Bastos<sup>62</sup> (1893-1960), que se manteve em funções até setembro de 1933, data em que foi transferido para a legação de Portugal em Buenos Aires<sup>63</sup>. Sucedeu-lhe Alberto Leite Monteiro Martins (1892-1970), que tomou posse em Setembro do referido ano (Ministério dos Negócios Estrangeiros, 1934).

Em 1935, na sequência de nova reorganização do MNE<sup>64</sup>, a RSPI transitou da Direção-Geral dos Negócios Políticos para a Secretaria Geral, passando a ser designada por Serviço de Imprensa (SI). As suas competências foram ampliadas e mais detalhadas, incluindo:

- 1) Manter, de harmonia com as instruções do Ministro, as relações do Ministério com a imprensa nacional e estrangeira em todos os assuntos que interessem às relações internacionais portuguesas;
- 2) Assegurar as relações do Ministério com o Secretariado da Propaganda Nacional e com a Direção Geral de Censura;
- 3) Dar conhecimento aos representantes da imprensa portuguesa, sempre que nisso houver conveniência pública, dentro das instruções do Ministro, da posição de Portugal relativamente aos problemas da política internacional, procurando estabelecer unidade de opiniões;
- 4) Organizar diariamente informações e relatórios, com as matérias metodicamente classificadas, acerca do que for publicado na imprensa nacional ou estrangeira, que tenha interesse para Portugal, procurando dar ideia exata da posição das várias correntes de opinião de cada país em relação aos vários problemas;
- 5) Transmitir aos serviços internos do Ministério e às embaixadas ou legações os relatórios referidos na alínea anterior, e bem assim, diariamente, as notícias mais importantes sobre a vida portuguesa;
- 6) Provocar a publicação de notícias ou artigos que interessem às nossas relações internacionais;
- 7) Recortar dos jornais ou revistas nacionais ou estrangeiras as notícias e artigos que respeitem à vida política, económica e social internacionais;
- 8) Organizar e manter o arquivo dos recortes da imprensa segundo a classificação aprovada pelo Ministro;

---

<sup>62</sup> Nomeado para o cargo em agosto de 1930, ocupava anteriormente as funções de chefe da Repartição de Contencioso da Direção Geral dos Serviços Centrais (MNE, 1932).

<sup>63</sup> Fernando Bastos tinha já uma carreira diplomática prévia, possuindo a categoria de Ministro Plenipotenciário de 2.<sup>a</sup> classe (MNE, 1932). Seguidamente, foi ministro de Portugal em Estocolmo, Bucareste, Oslo e Haia.

<sup>64</sup> Regulada pelo Decreto n.º 26:162, de 28 de dezembro de 1935, do MNE. Em 1939, foi aprovado o regulamento do MNE (Decreto n.º 29:970 de 13 de outubro de 1939, do MNE), o qual não alterou, contudo, as competências do SI.

- 9) Manter permanente contacto com os adidos de imprensa e com as agências telegráficas, de modo a assegurar aos serviços do Ministério o conhecimento das mais recentes informações (Decreto n.º 26:162 de 28 de dezembro do MNE, 1935, pp. 1939-1940).

O SI foi chefiado a partir de 16 março de 1936 por Joaquim Belford Correia da Silva (MNE, 1945), que se celebrou como escritor sob o nome literário de Joaquim Paço d’Arcos (1908-1979), tendo desempenhado o referido cargo durante 25 anos<sup>65</sup> (Paço d’Arcos, 1979). A sua nomeação resultou de um convite de Armindo Monteiro, à época Ministro dos Negócios Estrangeiros, tendo sido assim contextualizada por Paço d’Arcos (1979):

[Armindo Monteiro] Acabava de criar no M.N.E. o lugar de chefe dos Serviços de Imprensa, cuja falta era grande lacuna na organização da nossa Secretaria de Estado [...].

Não desejava confiar o cargo a um jornalista profissional, pois não pretendia introduzir no Ministério um delegado dos jornais, mas, ao invés, ter junto dos jornais um representante do Ministério.

Fora-lhe difícil arrancar ao Presidente do Conselho o acordo para a criação do lugar. O Secretariado da Propaganda Nacional, que António Ferro dirigia, era a menina dos olhos do Dr. Salazar; desconfiava este da criação de quaisquer serviços concorrentes. Tivera de lhe demonstrar que só pretendia criar no M.N.E. um serviço técnico, alheio inteiramente aos objetivos de propaganda do regime, que o departamento de António Ferro tinha como seus (pp. 191-193).

Paço d’Arcos, que teve como colaborador o escritor Archer de Lima (1882-1942), entre outros<sup>66</sup>, desempenhava diversas funções. Incluíam-se entre elas a realização de uma resenha de imprensa diária – para o que dispunha o SI de um conjunto de material informativo<sup>67</sup> – que “filtrava e sintetizava as informações e opiniões dos principais jornais de

---

<sup>65</sup> Joaquim Paço d’Arcos ocupou o cargo de chefe dos SI até 1960, ano em que se aposentou. No ano seguinte, o SI passou a ser denominado Serviço de Relações Públicas (Ministério dos Negócios Estrangeiros, 1961).

<sup>66</sup> Além de Archer de Lima, filho de Sebastião de Magalhães Lima, Paço D’Arcos contou, ao longo dos seus 25 anos no cargo, com a colaboração de Armando Lopo Simeão, Alfredo Lencastre da Veiga, Salvador Sampaio Garrido, Barata e Silva, José Raposo de Magalhães, Augusto Mendes Leal, Francisco Mendes da Luz, António Bártolo, Armando Nunes de Freitas, Fernando da Silva Marques e Ângelo de Jesus Pereira (1886-19--), que iniciou a sua colaboração com o MNE em 1929. Todos estes eram funcionários da carreira diplomática e consular, à exceção do último, que era “jornalista, *doublé* de historiador” (Paço d’Arcos, 1979: 229).

<sup>67</sup> Paço d’Arcos (1979), reproduzindo um texto da sua autoria publicado na revista de imprensa n.º 3450, de 31 de Dezembro de 1949, deu nota de dispor o SI dos seguintes meios de informação: serviço telegráfico das

que o Ministério tinha assinatura” (Paço d’Arcos, 1979: 198) e era, entre outros<sup>68</sup>, “enviada diariamente ao Chefe de Estado, ao Presidente do Conselho, aos ministros dos Negócios Estrangeiros, da Defesa, do Ultramar e da Marinha” (*id.*, *ibid.*). O chefe do SI mantinha também relações diretas com os jornalistas:

Encorajado pelo Ministro, sob o olhar suspeito do secretário-geral, fui a pouco e pouco estabelecendo contacto com os dirigentes dos jornais, com os redatores de política estrangeira e, fui, junto deles, transmissor fiel do pensamento oficial. O Dr. Armindo Monteiro tinha em grande conta a força e a utilidade da Imprensa. Teixeira de Sampaio [secretário-geral do MNE], pelo contrário, tinha a Imprensa em horror. Via com a maior desconfiança o estabelecimento de contactos exteriores ao Ministério. Pretendia que eu fosse a despacho com ele diariamente, para controlar toda a minha atividade. Não ousava anular as instruções que eu recebia do ministro, mas procurava moldar a minha ação à sua técnica cautelosa (Paço d’Arcos, 1979: 202-203).

Das relações com a imprensa faziam parte os contactos officiosos<sup>69</sup> e o envio de notas officiosas e oficiais, assim como a redação de textos por Paço d’Arcos, alguns dos quais foram publicados no *Diário de Notícias* como se fossem editoriais da responsabilidade da direção daquele jornal<sup>70</sup>.

---

representações diplomáticas e consulares no estrangeiro, “respeitante a jornalistas, imprensa, suas opiniões, afirmações e assuntos relacionados” (p. 200), serviço telegráfico das agências de informação, periódicos ingleses, norte-americanos, franceses, suíços, espanhóis e “todos os jornais diários de Lisboa e Porto” (*id.*, *ibid.*), serviços estrangeiros de recortes de imprensa (contratados às agências Durrant, Argus e Internacional), recortes de imprensa enviados pelas representações diplomáticas e consulares portuguesas, boletins de imprensa das embaixadas de Paris e do Rio de Janeiro e da legação em Roma, boletins de informação das representações estrangeiras acreditadas em Lisboa (Grã-Bretanha, Estados Unidos, Brasil, Irlanda e Venezuela), Serviço Informativo do SNI, Serviço Noticioso da Direção dos Serviços Radioelétricos dos CTT e Boletim de Cortes da Direção dos Serviços de Censura.

<sup>68</sup> Paço d’Arcos (1976) revela que a referida resenha de imprensa era também enviada “ao secretário-geral, diretores-gerais e principais funcionários do M.N.E., ao secretário da Propaganda (...), às nossas embaixadas e legações no estrangeiro e aos consulados autónomos, como o de Tânger” (p. 199).

<sup>69</sup> Paço d’Arcos (1979) refere que quando Salazar acumulou a PC com o cargo de Ministro dos Negócios Estrangeiros, o que sucedeu entre os anos 1936 e 1947, lhe “fazia recomendações para a Imprensa, para eu transmitir, sempre como iniciativa minha, a este ou àquele comentador recetivo às indicações oficiais” (p. 224). O chefe do SI servia ainda de elo de ligação entre a imprensa estrangeira e o Presidente do Conselho. Com efeito, Paço d’Arcos (1979) referiu nas suas memórias: “Algumas vezes acompanhei jornalistas nórdicos ou americanos à presença do Presidente do Conselho. Servi-lhe de intérprete nessas entrevistas” (p. 226).

<sup>70</sup> De acordo com Paço d’Arcos (1979), “Naquela altura [segunda metade dos anos 1930] o jornal [*Diário de Notícias*] não tinha um redator responsável de política internacional e eu preenchi a lacuna, em artigos dimanados do M.N.E. e não assinados, portanto atribuíveis ao diretor do periódico” (p. 205).

### I.2.2.2 Adidos de Imprensa nas Legações e Embaixadas

O investimento do MNE nas relações com a imprensa transportou-se igualmente para o estrangeiro, abrangendo algumas embaixadas e legações portuguesas em que colaboravam, pelo menos desde 1919, encarregados dos serviços de imprensa<sup>71</sup>.

Os primeiros titulares de tais cargos de que há registo foram Paulo Mendes Osório (1882-1965), que em Agosto de 1919 assumiu funções na Legação em Paris<sup>72</sup>, dando continuidade à experiência adquirida previamente em idênticas funções<sup>73</sup>, e Manuel Emídio Garcia, que pelo menos desde 1925 foi encarregado dos serviços de imprensa da Legação em Roma<sup>74</sup>.

Nos anos 1930, foi criada formalmente a carreira de adido de imprensa, que ficou vertida no Decreto n.º 26:162, de 28 de Dezembro de 1935, do MNE. Tal diploma veio definir, no artigo 111.º, as atribuições dos referidos adidos de imprensa, os quais se encontravam hierarquicamente vinculados aos chefes das missões diplomáticas, competindo-lhes:

- 1) Manter aturadas relações com a imprensa do país, de modo a evitar a publicação de notícias ou artigos que não convenham a Portugal;
- 2) Provocar a publicação de notícias e artigos que interessem a Portugal, aproveitando todas as oportunidades possíveis para tornar conhecidas as atividades e individualidades portuguesas que o mereçam, e os acontecimentos da vida nacional que devam ter relevo;
- 3) Opor desmentidos ou dar esclarecimentos, conforme os casos e de acordo com as instruções do chefe de missão, às notícias ou artigos falsos ou inexatos publicados sobre questões portuguesas;
- 4) Informar o chefe da missão respetiva dos factos e acontecimentos mais importantes da vida da imprensa do país em que estiverem;
- 5) Fazer diariamente o resumo dos artigos aparecidos nos jornais que interessem a Portugal, para conhecimento do chefe da missão e do serviço da imprensa do Ministério;

<sup>71</sup> Anteriormente, as relações com a imprensa seriam geridas pelos ministros de Portugal no estrangeiro, tal como atesta um artigo publicado em 1906 na *Ilustração Portuguesa* a propósito da Legação em Paris, no qual se refere que “o conde de Sousa Rosa [embaixador] não desdenha, porém, o convívio dos jornalistas, esses *colegas tagarelas*, que representam o quarto estado. Senta-os à sua mesa; ouve-os; informa-os; mas sem abstrair um instante da reserva sigilosa da sua alta função” (Negreiros, 1906: 48).

<sup>72</sup> Cf. Ministério dos Negócios Estrangeiros (1949) e AHDMNE, cx. 142, processo individual de Paulo Mendes Osório, carta do embaixador de Portugal em Paris ao Ministro dos Negócios Estrangeiros (Proc. 1,6, n.º 539/313), de 10 de abril de 1952, pp. 1-3.

<sup>73</sup> Paulo Osório havia sido incumbido dos serviços de imprensa junto da delegação portuguesa à Conferência da Paz, realizada em Paris em janeiro de 1919 (MNE, 1938).

<sup>74</sup> Cf. AHDMNE, 3.º piso, armário 28, maço 82, comunicação n.º 40 da Sétima Repartição da Direção Geral de Contabilidade Pública do MNE à Direção Geral do Gabinete, de 13 de julho de 1925.

- 6) Organizar e manter o arquivo dos recortes de imprensa da missão, enviando ao Ministério os que respeitem a jornais que não existam na Secretaria;
  - 7) Cumprir, em matéria de imprensa, as instruções do chefe de missão;
  - 8) Trabalhar em perfeita colaboração e unidade de vistas com os serviços de imprensa da Secretaria;
  - 9) Coadjuvar o chefe de missão no desempenho das suas funções, cumprindo as ordens e instruções que dele receber.
- § único. Os adidos de imprensa serão escolhidos sempre entre jornalistas experimentados e conhecedores do meio em que devem trabalhar (Decreto n.º 26:162 de 28 de dezembro do MNE, 1935, p. 1953).

No âmbito deste decreto – que estabelecia no artigo 8.º que os adidos de imprensa se encontravam “fora dos quadros e estranhos à carreira” diplomática, sendo “contratados por períodos quinquenais renováveis” (*id.*, p. 1938) –, a primeira nomeação oficial terá sido a de Paulo Osório, ocorrida em dezembro de 1935.

Quatro anos volvidos, a Embaixada em San Sebastian tentou junto do Ministro dos Negócios Estrangeiros<sup>75</sup> a criação do cargo de adido de imprensa, visando recrutar o jornalista Armando Ferraz de Boaventura (1890-1959)<sup>76</sup>, figura próxima do Estado Novo<sup>77</sup>. Aquele veio a ser contratado em Dezembro de 1939 mas para exercer tais funções na Embaixada em Madrid<sup>78</sup>. Em Julho de 1941, foi transferido para a Embaixada no Rio de Janeiro<sup>79</sup>, mantendo-se como adido de imprensa até ser exonerado em Janeiro de 1945<sup>80</sup>. Sucedeu-lhe o poeta e publicista Herculano Vaz Serra Rebordão (1908-1975), que em Setembro de 1948 iniciou as suas funções como adido de imprensa na Embaixada no Rio

<sup>75</sup> Pasta então assumida por Salazar, que entre 1936 e 1947 dirigiu o MNE em concomitância com a PC.

<sup>76</sup> Cf. AHDMNE, Cx. 34, processo individual de Armando Boaventura, telegrama do Embaixador de Portugal em San Sebastian, remetido em 11 de julho de 1939 ao Ministro dos Negócios Estrangeiros.

<sup>77</sup> Armando Ferraz de Boaventura foi um dos fundadores do *Diário da Manhã*, defendendo na imprensa e em livro “os seus ideais de nacionalismo exaltado” (“De luto”, 1959: 14). Fez, como chefe de redação do *Diário de Notícias*, a cobertura da Guerra Civil de Espanha (1936-1939), tendo praticado, juntamente com Félix Correia, atos de espionagem, ao passar “para os franquistas informação militar que fragiliza o campo republicano” (Raimundo, 2015: 259). De acordo com Rodríguez (2004), Boaventura, tal como os demais jornalistas portugueses enviados a Espanha, fez “parte da engrenagem de uma estratégia de propaganda, urdida pelo Estado Novo de Salazar para apoiar Franco” (p. 10). Ainda nos anos 1930, Boaventura logrou também entrevistar Hitler (Boaventura, 1935) e Francisco Franco para o *Diário de Notícias*.

<sup>78</sup> Cf. AHDMNE, processo individual de Armando Boaventura, contrato celebrado em 11 de dezembro de 1939 com o MNE, visando a admissão deste como adido de imprensa na Embaixada de Portugal em Madrid.

<sup>79</sup> *Id.*, termo de posse do cargo de adido de imprensa na Embaixada de Portugal no Rio de Janeiro, datado de 26 de julho de 1941.

<sup>80</sup> *Id.*, despacho do Ministro dos Negócios Estrangeiros, de 8 de janeiro de 1945, que rescindiu o contrato firmado em 1939 com Armando Boaventura, o qual se manteve em vigor apesar da transferência para o Brasil.

de janeiro, dando continuidade à função que desempenhara desde Fevereiro de 1947 na Legação em Buenos Aires (MNE, 1950).

A atividade concreta desenvolvida pelos adidos de imprensa pode ser encontrada na correspondência dos embaixadores de Portugal com o MNE. Assim, Francisco Lourenço Eusébio Leão (1864-1926), chefe da missão diplomática portuguesa na capital italiana, deu nota em 1926 das tarefas desempenhadas por Manuel Emídio Garcia:

O Snr. Manuel Emídio Garcia, como encarregado dos serviços de imprensa, vai às agências de notícias pedir a publicação de notas oficiosas ou a correção de notícias que, sobretudo em certas eventualidades de ordem política, se torna conveniente. Às vezes vai diretamente à redação dos jornais pedir a publicação de qualquer notícia que nos interesse<sup>81</sup>.

Tal como aquele, também Paulo Mendes Osório agia na correção de notícias publicadas pela imprensa francesa, agindo em consonância com o Ministro de Portugal em Paris ou recebendo mesmo orientações indiretas do Ministério<sup>82</sup>. Exemplifica-o a carta que, em janeiro de 1933, o então Ministro dos Negócios Estrangeiros enviou ao Ministro de Portugal em Paris:

Por um telegrama que apareceu no “Diário de Notícias” de 14 do corrente, tomei conhecimento do protesto de V Exa. junto da revista “Les Annales” contra o que ali se escreveu num artigo intitulado “Uma entrevista histórica” acerca do propósito atribuído a Portugal de alienar as suas colónias.

[...]

3. Havendo junto dessa Legação uma pessoa encarregada dos serviços de imprensa, é indispensável que entre estes considere incluída a propaganda dos princípios fundamentais da nossa política nacional, sobretudo em matéria colonial, de maneira a evitar o aparecimento de falsidades destas e, quando apareçam, que leve o próprio jornal a corrigi-las, evitando assim que o Ministro ou a Legação tenha de vir constantemente a públicos desmenti-las<sup>83</sup>.

---

<sup>81</sup> Cf. AHDMNE, 3.º piso, armário 28, maço 82, comunicação confidencial (n.º 13 D., Proc. 3) de Francisco Lourenço Eusébio Leão, Ministro Plenipotenciário da Legação em Itália, ao Ministro dos Negócios Estrangeiros, datada de 23 de agosto de 1926.

<sup>82</sup> Sobre os desmentidos realizados por Paulo Mendes Osório, vejam-se AHDMNE, 3.º piso, armário 21, maço 5, carta da Legação de Portugal em Paris, datada de 18 de março de 1932; *Id.*, maço 5, processo 105, carta do Ministro de Portugal em Paris (Comandante Armando Ochoa) ao Ministro dos Negócios Estrangeiros, datada de 20 de novembro de 1933.

<sup>83</sup> Cf. AHDMNE, 3.º piso, armário 21, maço 5, processo 105, carta de Cesar de Souza Mendes, Ministro dos Negócios Estrangeiros, ao Cmdt. Armando Ochoa, Ministro de Portugal em Paris, de 20 de janeiro de 1933.

Note-se que a partir de 1940, em função de um decreto da PCM, os adidos de imprensa passaram a estar também ao serviço do SPN, “podendo com eles corresponder-se diretamente” (Decreto n.º 30:320, de 19 de março da PC, 1940: 406). Assim sucedeu com Paulo Mendes Osório, que em Maio de 1940 foi autorizado pelo MNE a seguir para Roma para desempenhar “missão confiada pelo Secretariado Propaganda Nacional”<sup>84</sup>.

### I.2.2.3. Serviços de Propaganda e Informação da República Portuguesa nos Países Amigos e Aliados

Os Serviços de Propaganda e Informação da República Portuguesa nos Países Amigos e Aliados (SPIRPPAA) surgiram no contexto do regime político que Sidónio Pais (1872-1918) estabeleceu, em dezembro de 1917, na sequência do golpe militar com que derrubou o governo liderado por Afonso Costa.

Não obstante ser considerado o primeiro político português a montar uma máquina de propaganda (Sousa, 2011), não coube, porém, a Sidónio Pais a paternidade dos SPIRPPAA. Com efeito, os referidos Serviços tiveram como base uma proposta que lhe foi apresentada em janeiro de 1918 por Homem Cristo Filho<sup>85</sup> (1892-1928), escritor e jornalista ideologicamente afeto aos regimes políticos totalitários e nacionalistas<sup>86</sup> (Silva, 2006).

Aceite a proposta por Sidónio Pais, Homem Cristo Filho foi empossado ainda em janeiro de 1918, seguindo para França para gerir os SPIRPPAA (Silva, 2006) em articulação com a legação de Portugal em Paris, à época dirigida por Bettencourt Rodrigues<sup>87</sup>.

<sup>84</sup> Cf. AHDMNE, cx. 142, processo individual de Paulo Mendes Osório, telegrama n.º 41, de 4 de Maio de 1940, enviado pelo MNE (Serviços de Cifra) à Embaixada e ao Consulado de Portugal em Paris.

<sup>85</sup> Francisco Manuel Homem Cristo, conhecido como Francisco Manuel Homem Cristo Filho, deslocara-se a Portugal em janeiro de 1918, acompanhando o jornalista Paul Strozzi, do jornal francês *Matin*, com o propósito de oferecer a Sidónio Pais os “seus préstimos na área da informação e da propaganda” (Silva, 2006: 49). Sobre o encontro de ambos, referiu o Repórter X (1929): “Sidónio Pais vence a revolução de 1917 e guinda-se ao poder; e Homem Cristo, «ensandwichado» por dois confrades parisienses, dispara-se a si próprio para Portugal. O presidente está em viagem pelo país. Toma autos, assalta comboios – e consegue surpreendê-lo em Braga. Que pretende? A propaganda do novo governo em França; a legação da Imprensa; a diplomacia da sua influência pessoal ao serviço de Sidónio” (p. 43). [N.A.: Repórter X era o pseudónimo do jornalista Reinaldo Ferreira (1897-1935)].

<sup>86</sup> Tal como notou Barreira (1981), a ligação a Sidónio Pais por parte de Homem Cristo Filho tem de ser entendida no âmbito das suas referências políticas, “de monárquico convicto, a sidonista, passando a corifeu exacerbado de Mussolini” (p. 14).

<sup>87</sup> Silva (2006) refere que Homem Cristo Filho entendia que o SPIRPPAA não devia “ficar apenas na dependência da Legação de Paris, mas sim do próprio M.N.E.” (p. 50). Não fica, porém, claro se tal veio a verificar-se.

O objetivo daquele organismo era promover a partir de Paris – onde Homem Cristo Filho se exilara (Barreira, 1981) e residia e trabalhava como jornalista e como diretor da Agência Informativa Fast<sup>88</sup> – “não apenas uma obra de defesa política, mas também uma obra de propaganda nacional com todos os meios disponíveis e capazes de ajudarem a enaltecer o esforço de Portugal na Grande Guerra” (Silva, 2006: 50).

A questão, em concreto, da defesa política tem de ser contextualizada no quadro da fragilidade do regime – imposto, mediante golpe de Estado, por Sidónio Pais – e da Primeira Guerra Mundial. Com efeito, uma das missões do SPIRPPAA foi obter um reconhecimento diplomático *de jure* para a “ditadura presidencialista de Sidónio Pais” (Santos, 2010: 371), agindo, para o efeito, junto dos países aliados, os quais temiam que o novo regime fosse germanófilo, monárquico ou avesso à permanência da participação de Portugal no esforço de guerra em curso (Silva, 2006).

O facto dos SPIRPPAA terem ficado sediados em Paris não foi um acaso, prendendo-se com a circunstância de alguns políticos portugueses ali radicados, como João Chagas (1863-1925), e até exilados, como era o caso de Bernardino Machado (1851-1944), o presidente deposto por Sidónio Pais, terem procurado exercer junto do governo e da opinião pública francesa uma influência negativa face à *República Nova* de Sidónio Pais (Raimundo, 2015). Em jeito de síntese de tal questão, notou Santos (2010):

A partir de França, João Chagas asseverava em março [de 1918], após o abandono de Brito Camacho, que aquilo «em Portugal tornou-se abertamente monárquico e alemão». Em abril, e já no contexto das eleições presidenciais, insistia que «os monárquicos estão senhores do país» (...). João Chagas e Bernardino Machado tinham entretanto publicado, em Paris, um panfleto contra o Sidonismo, acusando-o de sentimentos pró-germânicos e de diminuir o esforço de guerra rompendo com o envio de reforços para o CEP, colocando-se ao serviço da nação inimiga e da Causa Monárquica (p. 375).

Face a tais condições adversas, Homem Cristo Filho empenhou-se num esforço de contra propaganda, visando anular e desacreditar a referida ação oposicionista exercida a partir de França (Sousa, 2011), tornando-se “em pleno sidonismo, o primeiro grande especialista português com reputação internacional em matéria de jornalismo e de propaganda política” (Sousa, 2009: para. 9). Tal esforço é comprovado num dos relatórios do SPIRPPAA que Homem Cristo Filho produziu em 1918 e em 1919, no qual relata que “Graças à atividade vigilante e à incessante campanha feita pelos Serviços que dirijo a

---

<sup>88</sup> Sobre a Agência Fast, vejam-se Barreira (1981), que a considerou “a principal fonte noticiosa de «A Situação», o órgão oficioso do sidonismo” (p. 21), e Repórter X (1929), que notou que a mesma era “uma miniatura da «Radio» e da «Havas»” (p. 43).

imprensa dos países amigos e aliados tem continuado a fechar obstinadamente as suas portas às investidas dos emigrados democráticos”<sup>89</sup>.

As atividades dos SPIRPPAA incluíam a promoção de Portugal junto da imprensa mundial, exercendo-se através da rede de correspondentes de que a Agência Fast dispunha em Londres, Roma, Nova Iorque, Rio de Janeiro e Buenos Aires (Silva, 2006), aos quais era enviado, numa base semanal, “uma exposição detalhada do que se passa em Portugal”<sup>90</sup>. O SPIRPPAA disponibilizava também textos<sup>91</sup> e clichés fotográficos à imprensa e lograva fazer publicar artigos em periódicos estrangeiros<sup>92</sup>. Procurou igualmente influenciar a imprensa francesa através da assinatura de uma série de jornais e revistas por parte do MNE, visando “recompensar e estimular a boa vontade dos órgãos que nos eram afetos, a atrair a simpatia dos indiferentes ou ainda a neutralizar aqueles que nos eram hostis”<sup>93</sup>. Ainda no domínio do exercício da influência no estrangeiro, não é de excluir a hipótese de Homem Cristo Filho e os SPIRPPAA terem atuado junto de cidadãos ingleses residentes em Portugal, procurando assim condicionar a opinião pública britânica<sup>94</sup>.

Ao nível dos eventos, a ação dos SPIRPPAA passava pela organização de conferências protagonizadas pelo próprio Homem Cristo Filho, pelo embaixador de Portugal em Paris e

---

<sup>89</sup> Cf. AHDMNE, 3.º Piso, arm. 8, maços 25 e 26, relatório da Direção do SPIRPPAA, da autoria de H. Cristo Filho, referente às atividades do SPIRPPAA em agosto, setembro e 1.ª quinzena de outubro de 1918, p. I.

<sup>90</sup> *Id.*, p. II.

<sup>91</sup> Para tal, Homem Cristo Filho criou um sistema de fichas e dossiers com informações políticas, financeiras, económicas, religiosas e sociais sobre o País, agilizando, assim, a resposta aos jornais

<sup>92</sup> Silva (2006) refere que “Aubrey F. E. Bell redigiu um artigo intitulado *The Third Portuguese Revolution* que viria a ser incluído, por iniciativa do Diretor dos *Serviços de Informação e Propaganda da República Portuguesa nos Países Amigos e Aliados* (...), no número de fevereiro de 1918 da prestigiada revista londrina *The Contemporary Review*. Um artigo muito favorável aos autores do golpe e extremamente crítico para com as políticas republicanas adotadas até essa data” (p. 13). Silva (2006) elenca também os resultados da influência de Homem Cristo Filho na imprensa francesa.

<sup>93</sup> Cf. AHDMNE, 3.º Piso, arm. 8, maços 25 e 26, relatório da Direção dos SPIRPPAA, da autoria de Homem Cristo Filho, referente às atividades do SPIRPPAA, datado de II de fevereiro de 1919, p. II.

<sup>94</sup> A este propósito, veja-se Loraine (1918), que em Fevereiro de 1918 redigiu um pequeno livro intitulado *Portugal and the Allies: A message to Great Britain*, no qual defendeu que o regime de Sidónio Pais “mostrará com a eloquência dos factos que é essencialmente pró-Aliado e que detesta absolutamente os métodos alemães e teme a ambição alemã” (p. 16) e que “a opinião pública da Grã-Bretanha e da França devia apoiar um governo que deseja utilizar, e não suprimir, a energia e os recursos de Portugal” (p. 18). O referido livro foi noticiado na imprensa inglesa, que referiu: “Mr. Loraine confirms the view taken by a contributor to a recent issue of the *Spectator* that the new Portuguese Government under President Sidonia Pees is far more representative of the nation and far more loyal to the Allies than the Democratic Administration which it overthrew in December last. The Portuguese Democrats, according to Mr. Loraine, were as tyrannical and as pro-German in their sympathies as the Bolsheviks, and their professions of loyalty to the old British Alliance were doing us harm in Portugal” (“Portugal and the Allies”, 1918: 21).

por figuras políticas e militares portuguesas de passagem por França. Os SPIRPPAA efetuaram também ações de propaganda cinematográfica, nomeadamente em 1918, quando da chegada a França do general Garcia Rosado (1864-1937)<sup>95</sup>, cuja “imagem foi durante uma semana inteira projetada em todos os cinematógrafos de Paris por nossa iniciativa e por intermédio da casa Pathé”<sup>96</sup>, referia Homem Cristo Filho no seu relatório sobre a atividade desenvolvida entre agosto e outubro de 1919.

Os SPIRPPAA terão encerrado em Janeiro de 1919, data em que – na sequência da morte de Sidónio Pais, ocorrida em dezembro de 1918 – Homem Cristo Filho abandonou a respetiva direção (Repórter X, 1929; Barreira, 1981).

### I.2.3. Ministério da Agricultura

A existência de práticas e estruturas do tipo-RP no Ministério da Agricultura (MA) remonta a 1918, ano em que o Ministério foi criado, como tal<sup>97</sup>, tendo recebido as competências e o pessoal da Repartição de Instrução Agrícola, sediada até então no Ministério da Instrução Pública.

Logo em abril desse ano, a organização do MA confiou à Divisão de Instrução Agrícola Superior, colocada na dependência da Direção da Instrução Agrícola, um conjunto de atribuições na área da propaganda, competindo-lhe nomeadamente:

- b) A extensão universitária por meio de missões agrícolas, conferências e lições de propaganda;
- c) A instalação de estações experimentais;
- d) A publicação de manuais, monografias, instruções e outras obras de divulgação e propaganda;
- e) O *Boletim do Ministério da Agricultura* (Decreto n.º 4:151 de 25 de abril do MA, 1918, p. 475).

Na Direção do Comércio Agrícola foi, por seu lado, criada a Divisão da Propaganda Comercial, vocacionada sobretudo para o mercado externo, competindo-lhe:

- a) Tornar conhecidos e devidamente valorizados os nossos produtos agrícolas;
- b) Divulgar nos mercados externos as nossas leis e regulamentos de repressão de fraudes;

<sup>95</sup> Comandante do Corpo Expedicionário Português a partir de julho de 1918.

<sup>96</sup> Cf. AHDMNE, 3.º Piso, arm. 8, maços 25 e 26, relatório da Direção dos SPIRPPAA, da autoria de H. C. Filho, referente às atividades dos SPIRPPAA em agosto, setembro e 1.ª quinzena de outubro de 1918, p. III.

<sup>97</sup> O MA foi criado mediante o Decreto n.º 3902, de 9 de março de 1918, da Presidência da República.

- c) Relacionar o comércio exportador com o comércio importador;
- d) Combater as campanhas de descrédito, que em qualquer país se levantem contra os nossos produtos;
- e) Chamar a atenção dos respetivos Governos para a falsa indicação de procedência e de marcas, e contra as imitações dos produtos portugueses;
- f) Organizar mostruários dos nossos produtos, prestando todos os esclarecimentos para a sua boa colocação nos mercados importadores;
- g) Pugnar pelos legítimos interesses do nosso comércio de exportação (Decreto n.º 4:151 de 25 de Abril do MA, 1918, p. 491).

### I.2.3.1. Da Divisão de Investigação e Propaganda à Repartição de Estudos, Informação e Propaganda

Em 1920, no âmbito da reorganização do MA<sup>98</sup>, os serviços da Direção Geral da Instrução Agrícola<sup>99</sup> foram organizados em duas divisões, uma das quais era a Divisão da Investigação e Propaganda (DIP/MA).

Entre as iniciativas do tipo-RP desenvolvidas pela DIP/MA contaram-se o apoio a exposições e concursos agrícolas (Castilho, 1930), a edição do *Boletim do Ministério da Agricultura*<sup>100</sup>, iniciada em 1918 (Castilho, 1930), e a criação, em 1928, do ‘comboio do trigo’ (Pais, Lima, Baptista, Jesus e Gameiro, 1976).

Este último projeto, antecedeu a denominada ‘Campanha do Trigo’, iniciada no ano seguinte pelo MA (Pais, *et al.*, 1976), tendo sido realizado em parceria com a Estação Agrária Central (EAC), de que Mário de Azevedo Gomes (cf. IV.3.2) era dirigente, e a Companhia dos Caminhos de Ferro Portugueses (Gomes, 1932). Inspirado potencialmente pelas ‘train exhibits’ que Azevedo Gomes documentara quando da sua visita pelo EUA<sup>101</sup> (Gomes, 1915), e visando promover e incentivar o cultivo do trigo (Pais, *et al.*, 1976), o ‘comboio do trigo’ começou a circular em Agosto de 1928. A primeira viagem contemplou o Ribatejo e o Alentejo, tendo o comboio sido visitado por um total de 5000 agricultores (Gomes, 1928). Além de demonstrações de cultura e de limpeza mecânica, os “propagandistas da missão” (*id.*, p. 16) realizaram também “projeções luminosas, quer no

<sup>98</sup> Realizada mediante o Decreto n.º 7:027, do MA, de 15 de outubro de 1920.

<sup>99</sup> Substituída em 1923 pela Direção Geral do Ensino e Fomento Agrícola.

<sup>100</sup> Cujas responsabilidades foram, em rigor, atribuídas à Direção Geral da Instrução Agrícola, na qual a DIP/MA se integrava organicamente, “cumprindo ao diretor geral escolher, de entre os funcionários dependentes da direção, o encarregado da redação” (Decreto n.º 7:027 de 15 de outubro do MA, 1920: 1332).

<sup>101</sup> Além do exemplo norte-americano, Pais *et al.* (1976) notaram também as experiências similares realizadas em França e na Argentina.

próprio comboio, quer nos animatógrafos locais” (*id.*, *ibid.*). Em jeito de balanço final sobre a iniciativa, Gomes (1928) notou que:

Nunca há de esperar das iniciativas deste género, mesmo naqueles meios em que é maior a predisposição para aceitá-las, a colheita imediata de uma frutificação abundante; são elas como semente lançada à terra, muita da qual perdida, e alguma só tardiamente germinando. Nem por isso o processo é para desprezar, cabendo-lhe nos países que progridem, cada vez maior contingente nos trabalhos da propaganda agrícola realizada (p. 16).

Ainda a propósito do ‘comboio do trigo’, não é de descartar a possibilidade de técnicos do MA ligados à propaganda terem intervindo, direta ou indiretamente, no apoio que a imprensa concedeu à iniciativa. Com efeito, tal como Pais, *et al.* (1976) notaram, tanto o *Diário de Lisboa* como *O Século* lhe dedicaram diversas reportagens. Mais do que isso, ambos os jornais desenvolveram em 1928 e 1929 iniciativas próprias de suporte à promoção do trigo, incluindo ações de demonstração sobre formas modernas do seu cultivo, concursos entre os lavradores e conferências em várias cidades do centro e sul de Portugal. Sobre a campanha do trigo desenvolvida por *O Século*, referiu, aliás, Gomes (1932) ter sido a mesma apoiada pela Direção Geral do Fomento Agrícola, “auxiliada (...) por alguns técnicos oficiais e alimentada pelo propagandista entusiasta que foi o malogrado regente agrícola Filipe de Jesus” (p. 44).

A partir de janeiro de 1929, o MA passou também a ter um Serviço de Publicidade Agrícola (SPA)<sup>102</sup>, tendo a DIP sido reformulada na sequência das reorganizações de fundo que o Ministério conheceu nos anos 1930. Assim, com a reorganização de 1931, a DIP/MA cedeu lugar à Divisão de Informação e Propaganda Agrícola (DIPA), organicamente integrada na Direção Geral de Ação Social Agrária, a qual absorveu o SPA<sup>103</sup>. Competia à DIPA:

<sup>102</sup> O referido Serviço ficou a funcionar junto da Secretaria Geral, tendo sido reorganizado em 1931, mediante o Decreto n.º 20:212, de 13 de agosto de 1931, do MA, passando a denominar-se Serviço de Publicidade e Biblioteca. Competia-lhe a publicação do *Boletim do Ministério da Agricultura* e “a vulgarização dos conhecimentos agrícolas e das questões económicas e sociais que podem contribuir para o progresso material e para a elevação do nível intelectual e moral das populações rurais” (Decreto n.º 16:389 de 18 de janeiro do MA, 1929: 133). Note-se, a propósito do *Boletim do Ministério da Agricultura*, o testemunho do deputado Artur Saraiva Castilho (1930), que o considerou “um meio de comunicação entre o Estado e a Lavoura” (p. 79), advogando a sua aproximação aos “*farmer’s bulletins* americanos, tomando por vezes a feição das *circulares* americanas ou das *hojas divulgadoras* espanholas” (*id.*, *ibid.*).

<sup>103</sup> A esta reorganização, reagiu Mário de Azevedo Gomes (1932), que considerou a DIPA imbuída do “espírito ferozmente centralizador” (p. 84) do MA, argumentando que “o «serviço de publicidade» (...) concentra todas

- g) Coligir os necessários elementos técnicos de vulgarização para lhes dar a maior publicidade, sobretudo entre as populações rurais;
- h) Divulgar, por todos os meios ao seu alcance, os conhecimentos basilares que possam contribuir para o aumento da produção, conhecimento dos mercados e fácil colocação dos produtos (Decreto 20:526 de 6 de novembro do MA, 1931, p. 2523).

Em 1936, no âmbito de nova reorganização dos serviços do MA<sup>104</sup>, foi criada, na dependência da Direção Geral dos Serviços Agrícolas, a Repartição de Estudos, Informação e Propaganda (REIP)<sup>105</sup>, à qual competia :

- 8.º Promover e orientar superiormente a propaganda necessária para a completa eficiência dos serviços da Direção Geral, por meio de conferências, publicações, cinematografia, T.S.F. e outros meios de publicidade;
- 9.º Assegurar as relações da Direção Geral com o Secretariado da Propaganda Nacional;
- 10.º Prestar todas as informações e esclarecimentos técnico-económicos solicitados pelos organismos estranhos à direção Geral, particulares ou oficiais, ouvidos os serviços competentes;
- 11.º Organizar certames agrícolas e assegurar a condigna representação da Direção Geral nos que se realizarem no País ou no estrangeiro desde que interessem ao prestígio nacional ou ao progresso agrícola (Decreto-lei n.º 27:207 de 16 de Novembro, do MA, 1936, p. 1432).

Estruturalmente, a REIP encontrava-se organizada em duas secções, competindo à 2ª delas o serviço de propaganda acima referido.

Entre as atividades do tipo-RP desenvolvidas nesse âmbito contaram-se a publicação de diversas brochuras no quadro da campanha da produção agrícola<sup>106</sup> e também de novelas de propaganda rural encomendadas a diversos escritores<sup>107</sup>, a produção própria e a

---

as publicações do Ministério, tolhendo a este propósito as iniciativas dos diversos organismos em matéria de publicidade” (*id.*, *ibid.*).

<sup>104</sup> Introduzida pelo Decreto-lei n.º 27:207, de 16 de novembro de 1936, do MA.

<sup>105</sup> No âmbito da referida organização foi também criado, na Direção Geral dos Serviços Pecuários, uma Repartição de Estudos, Inquérito e Informação, responsável pelo “serviço de publicação do Boletim Pecuário e todo o outro serviço de publicidade” (Decreto-lei n.º 27:207 de 16 de novembro, do MA, 1936: 1439).

<sup>106</sup> Salienta-se a denominada ‘Série B’, materializada na publicação de cerca de 29 brochuras no ano de 1942. Veja-se a última dessas, intitulada *Economizai o Sulfato de Cobre nas Caldas Cúpricas* (Repartição de Serviços Fitopatológicos, 1942).

<sup>107</sup> De que é exemplo *A Botica do Antunes. Novela de Propaganda de Higiene Rural* (Landeiro, 1937). Sobre a questão das novelas rurais e a sua importância e papel num sector caracterizado então por um baixo nível de escolaridade, veja-se Mota (1979).

aquisição ao estrangeiro de filmes agrícolas<sup>108</sup> – que a Cinemateca Agrícola, gerida pela 2.<sup>a</sup> secção da REIP, cedia “gratuitamente para sessões culturais e educativas, cujas entradas não sejam pagas” (MA, 1936: 11) – e ainda a realização de palestras radiofónicas (Direção Geral dos Serviços Agrícolas, 1949).

### I.2.3.2. Estação Agrária Central

Os conhecimentos sobre o conceito e as práticas de RP que Azevedo Gomes obteve nos EUA (cf. IV.3.2.) terão sido transferidos, nos anos 1920, para o sistema agrícola nacional. De facto, Pereda (2011) associa o “impacto que teve em Azevedo Gomes o conhecimento da organização das Estações americanas e o seu bom trabalho no campo da Extensão Universitária” (p. 36) à reorganização da Estação Agrária Nacional (EAN), na qual o mesmo ingressara em dezembro de 1917, tendo desempenhado o cargo de chefe de secção (Pereda, 2011).

Tal processo ocorreu em 1923, data em que a EAN foi transformada na Estação Agrária Central (EAC)<sup>109</sup>, tendo ficado integrado na orgânica do MA através da Direção Geral do Ensino e Fomento.

O decreto que lhe deu origem (Decreto n.º 9:148 de 25 de setembro do MA, 1923), enquadrou a sua fundação na necessidade de constituir “núcleos fixos de estudos regionais de onde irradiem os ensinamentos por meio de postos agrários, de missões e trabalhos de propaganda de vária ordem” (p. 1086).

A EAC foi inaugurada em fevereiro de 1924, por Mário de Azevedo Gomes, então Ministro da Agricultura<sup>110</sup>, mas que em 1928 foi nomeado diretor da Estação (Pereda, 2011). Articuladas com a DIP<sup>111</sup>, as atividades do tipo-RP desenvolvidas pela EAC incluíram a participação no comboio do trigo, exposições agrícolas, nomeadamente a Exposição de Trigo e Outros Cereais de Pragana (Pais, *et al.*, 1976), e uma série de palestras radiofónicas, iniciadas em 1938 (MA, 1939).

---

<sup>108</sup> Os documentários produzidos por iniciativa da REIP foram dirigidos, sobretudo, pelo realizador Adolfo Coelho (MA, 1936), que era funcionário do MA e introduziu em Portugal o filme agrícola (Ribeiro, 1983).

<sup>109</sup> De acordo com Pereda (2011), Mário de Azevedo Gomes ingressou em dezembro de 1917 na Estação Agrária Nacional, tendo desempenhado o cargo de chefe de secção.

<sup>110</sup> Mário de Azevedo Gomes desempenhou o cargo de Ministro durante apenas dois meses, entre 26 de dezembro de 1923 e 28 de fevereiro de 1924 (Gomes, 1924).

<sup>111</sup> O decreto que constituiu a EAC (Decreto n.º 9:148 de 25 de setembro do MA, 1923) definiu que a Administração da Estação Agrária Central era regulada por uma comissão administrativa que integrava, entre outros, o chefe da DIP, na qualidade de secretário.

#### I.2.4. Ministério do Interior

As atividades do tipo-RP desenvolvidas pelo Ministério do Interior (MI)<sup>112</sup> parecem remontar a julho de 1918, em pleno Sidonismo, data em que foi criada, na Secretaria de Estado do Interior (SEI), a Repartição do Gabinete (RG)<sup>113</sup>. Competia-lhe, nomeadamente, “fornecer à imprensa, para publicação, informações e notas sobre os serviços e acerca de assuntos tratados pela Secretaria de Estado do Interior” (Decreto n.º 4603 de 12 de julho da SEI, 1918: 1248).

A RG foi extinta em maio de 1919<sup>114</sup> - quando Portugal regressou à República ‘velha’ –, tendo as suas atribuições transitado para o Gabinete do Ministro (GM). A reorganização de dezembro de 1947 evidencia que competia ao GM “ocupar-se das relações do Ministro com a Imprensa” (Decreto n.º 36:702 de 30 de dezembro do MI, 1947: 1394).

#### I.2.5. Presidência do Conselho

##### I.2.5.1. Secretariado da Propaganda Nacional

A atividade do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) tem sido objeto de abundante bibliografia<sup>115</sup>, razão pela qual nos circunscrevemos, seguidamente, às características globais do referido organismo e, em particular, às suas atividades do tipo-RP, não obliterando, porém, o carácter propagandístico daquele organismo.

Criado formalmente em setembro de 1933, no quadro da PC, o SPN surgiu no “período de institucionalização do Estado Novo” (Pinto, 2008: 11), um “Estado marcadamente ideológico” (Guedes, 1997: 24), constituindo-se no seu instrumento de eleição para “criar uma ortodoxia discursiva que obedece a uma ideologia dominante e eliminar as propostas heterodoxas por serem «perturbadoras e dissolventes»” (Ribeiro, 1994: 173).

Homologamente, a instituição do SPN filiou-se nos exemplos propagandísticos da Alemanha e de Itália (Ramos do Ó, 1996)<sup>116</sup>, tal como se infere, indiretamente, do diploma legal que o criou:

---

<sup>112</sup> O MI sucedeu, em outubro de 1910, ao Ministério do Reino.

<sup>113</sup> Criada mediante o Decreto n.º 4603, de 12 de julho de 1918, da SEI.

<sup>114</sup> Mediante o Decreto n.º 5787-R/19, de 10 de maio de 1919, do MI.

<sup>115</sup> Vejam-se, entre outros, Ferro (1935, 1943), SNI (1948a, 1948b, 1958), Baptista (1968), Oliveira (1980), Paulo (1994), Guedes (1997), Ramos do Ó (1996, 1999), Melo (2001), Rosas (2001), Torgal (2001), Pinto (2008), Pereira (2009), Matos (2010a, 2010b), Revez (2012), Acciaiuoli (2013) e Raimundo (2015).

<sup>116</sup> Refira-se que em março de 1933 Joseph Goebbels fora nomeado “ministro do Reich para o Esclarecimento Popular e Propaganda” (Ninhos, 2013: 372) e que em 1922 Mussolini criara o seu Gabinete de Imprensa, estrutura reformulada em 1933” (Acciaiuoli, 2013: 103).

Considerando que todos os países novos ou renascentes têm sentido a necessidade de organizar e centralizar a propaganda interna e externa da sua atividade;

Considerando que os serviços dessa propaganda, nos estados modernos, são tão necessários e fundamentais que por vezes se chega com eles a formar um Ministério que lhes seja exclusivamente dedicado;

Considerando que Portugal é o único país que não tinha resolvido ainda esse problema, deixando entregues as diversas manifestações da nossa atividade ao sabor das paixões nacionais e internacionais;

Considerando que urge, para complemento da indiscutível obra de ressurgimento já realizada, integrar os portugueses no pensamento moral que deve dirigir a Nação (Decreto-lei n.º 23:054 de 25 de setembro da PC, 1933, p. 1675).

Para dirigir o SPN foi nomeado António Ferro (1895-1956), jornalista e escritor prestigiado e bem relacionado nos círculos culturais<sup>117</sup>. Além disso, estava a par das práticas de propaganda nos regimes de Mussolini<sup>118</sup>, e também de Hitler, ele que, como repórter do *Diário de Notícias*, entrevistara pessoalmente ambos os ditadores – quando das suas deslocações a Itália, em 1923 e 1926<sup>119</sup>, e à Alemanha, em 1930 (Acciaiuoli, 2013) – e dialogara também com Ernst Hanfstaengl (1887-1975), então responsável pelo Bureau da Imprensa Estrangeira em Berlim. Os seus conhecimentos neste âmbito ficaram patentes no artigo que publicou em 1932 no *Diário de Notícias*, intitulado “O Ditador e a multidão”, no qual descreveu as práticas de Mussolini, realçando a importância da gestão delegada da propaganda<sup>120</sup>:

---

<sup>117</sup> António Ferro tinha trabalhado nos periódicos *O Jornal*, *O Século* e *Diário de Lisboa* e sido editor da revista *Orfeu* e diretor da revista *Ilustração Portuguesa* (Acciaiuoli, 2013). Sobre a sua ligação ao meio cultural, Pinto (2008) nota que “quando Salazar o designa diretor do SPN essa decisão recai sobre um indivíduo portador de um certo nível de capital simbólico gerador de um efeito supostamente apelativo junto dos agentes culturais” (p. 47). Note-se, porém, que António Ferro não era consensual entre os artistas (Negreiros, 1932).

<sup>118</sup> Guedes (1997) cita o conhecimento que António Ferro tinha da ligação entre Mussolini e Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944), jornalista e escritor que colaborou no departamento de imprensa e propaganda do regime italiano. De facto, Ferro (1932b) citou Marinetti – e também Luigi Pirandello (1867-1936), Ugo Ojetti (1871-1946), Massimo Bontempelli (1878-1960) e Curzio Malaparte (1889-1957) – como tendo dado “uma armadura intelectual e espiritual” (p. 1) à política de Benito Mussolini.

<sup>119</sup> As entrevistas que António Ferro realizou nestes dois anos a Mussolini foram posteriormente compiladas no livro *Viagem à Volta das Ditaduras* (Ferro, 1927).

<sup>120</sup> No discurso que proferiu quando da inauguração da sede do SPN, António Ferro deu a entender que este artigo teve uma ligação direta à sua nomeação para a direção do Secretariado: “Coube-me a honra de ser chamado a este posto. Mas onde alguns veem, malevolamente, uma preferência, ou até um favor, vejo eu uma pesada responsabilidade, o gesto frio de um chefe que me diz: «Acusaste-me! Disseste-me que eu estava longe do povo, que fugia ao contacto dos homens e que deveria criar, se queria trabalhar em paz, o órgão

Se a natureza do chefe é avessa a certos contactos, se é preferível, talvez, não a contrariar para não a quebrar na sua fecunda inteireza, que se encarregue alguém, ou alguns, de cuidar da *mise-en-scène* necessária, das festas do ideal, dessas entrevistas indispensáveis, nas ditaduras, entre a multidão e os governantes... (Ferro, 1932a: 1).

António Ferro tinha, pois, uma ideia do papel e da importância da propaganda nas ditaduras<sup>121</sup> – ele que havia também já contribuído ativamente para a divulgação do país no estrangeiro<sup>122</sup> – e, sobretudo, da importância de a associar a uma ‘Política do Espírito’, a qual haveria de marcar a ação do SPN<sup>123</sup>. Entendida como a reorganização do campo cultural (Ramos do Ó, 1999) e como “uma política cultural ou de educação” (Torgal, 2001), tal ideologia pretendia “materializar (...) uma doutrinação sistemática e tentacular sobre a sociedade civil” (*id.*, p. 30), agindo sobre os diversos campos da produção cultural e artística a partir da recuperação e reelaboração “da genuinidade cultural do arquétipo de ser português” (Pinto, 2008: 57). Ferro (1932b) definia a sua importância nos seguintes termos:

A Política do Espírito (...) não é apenas necessária, se bem que indispensável em tal aspeto, ao prestígio exterior da nação. Ela é também necessária ao seu prestígio interior, à sua razão de existir. Um povo que não vê, que não lê, que não ouve, que não vibra, que não sai da sua vida material, do Deve e Haver, torna-se um povo inútil e mal humorado (p. 1).

Embora pouco se saiba sobre a génese do SPN (Acciaiuoli, 2013), a proposta tendente à sua criação terá sido “persistentemente «vendida» por António Ferro a Salazar” (Rosas, 2001: 1042). Foram determinantes em tal processo as cinco entrevistas que realizou em 1932, como repórter do *Diário de Notícias*, ao Presidente do Conselho<sup>124</sup> (Ferro, 1932c, 1932d, 1932e, 1932f, 1932g)<sup>125</sup>, tal como notou Acciaiuoli (2013):

---

intermediário entre mim a multidão. Pois bem! Já que falaste, já que me criticaste, prova agora o que és capaz de fazer...»” (“Secretariado”, 1933: 2).

<sup>121</sup> A este propósito veja-se o discurso de Ferro (1932a) no referido artigo: “Que deve fazer, portanto, o ditador para evitar a morte da sua obra e do seu nome, para não ser esquecido, para não ser vítima da ingratidão daqueles que serviu, daqueles que salvou? Apenas isto: martelar constantemente as suas ideias, despi-las da sua rigidez, dar-lhes vida e calor, comunicá-las à multidão... Que o ditador fale ao povo e que o povo lhe fale. Que ditador e povo se confundam de tal forma, que o povo se sinta ditador e que o ditador se sinta povo...” (p. 1).

<sup>122</sup> António Ferro participou nos congressos internacionais da crítica, primeiro em Bucareste, em 1929, e depois em Lisboa, em 1931, e organizou um conjunto de conferências na Casa de Portugal em Paris, o que lhe valera a atribuição da Legião de Honra pelo governo francês.

<sup>123</sup> Note-se que o termo ‘política do espírito’ não era uma criação original de António Ferro, mas sim de Paul Valéry (Ferro, 1932b).

<sup>124</sup> Ferro (1943) refere, a propósito da sua nomeação para diretor do SPN por Salazar, que aquele “pudera observar-me, perscrutar-me, em cinco exaustivas entrevistas” (p. 11). Sobre a génese do SPN, afirmou ainda:

(...) é nessas entrevistas que o futuro de António Ferro se joga. O modo como apresenta a realidade nacional, as observações que sobre ela faz, o programa que parecia ter para pôr em prática uma «política do espírito» e, principalmente, a maneira artilosa como divulga o pensamento do presidente do Conselho, parecem intervir como fatores que o predestinavam para uma qualquer missão onde a propaganda estivesse presente (p. 99).

As referidas entrevistas revelaram que as ideias de António Ferro sobre a propaganda não só não eram totalmente novas para Salazar, como encontravam, aliás, eco no seu pensamento, tal como se infere de algumas das suas respostas (Ferro, 1932e), nomeadamente no âmbito de uma nova entrevista que Ferro lhe realizou em 1933<sup>126</sup>. Relativamente à gestão da propaganda, as entrevistas de 1932 ilustram que Salazar tinha já então a intenção de criar um organismo estatal e que esboçara mesmo um primeiro ensaio nesse sentido:

Para evitar o mais possível o trabalho da censura neste domínio, penso em criar um *bureau* de informações a que os jornais poderão recorrer, quando quiserem, para se munirem de elementos necessários à análise, e até à crítica, da obra do Governo... Mas confesso não ter demasiada fé na instituição, porque já fiz uma ligeira experiência que não deu nada. Para evitar mal entendidos, erros compreensíveis, por vezes, em matéria tão delicada como a de Finanças, pus o gabinete do meu ministério, desde a primeira hora do meu Governo, à disposição dos jornalistas que desejassem esclarecer-se. Pois em quatro anos creio que apenas dois se aproveitaram deste oferecimento (Ferro, 1932d: 1).

---

“E foi assim, deste encontro da minha fome de ação, já então refletiva, com o espírito construtivo, compreensivo e sereno de Salazar, que nasceu o Secretariado da Propaganda Nacional” (*id.*, p. 13). Guedes (1997), por seu lado, notou que Salazar “profundo e astuto conhecedor dos homens” (p. 21) foi sensível às características de António Ferro: “o seu encanto pela vibração futurista, temperado por um profundo apego à sua Época, à Hora (...); a ânsia criadora (herança futurista ainda); a ânsia de ajudar à reconstrução da sua Pátria (...); e os projetos concretos, expressos já em 22 na *Ilustração Portuguesa* – «integrar Portugal na hora que passa», mostrar Portugal aos portugueses, os nossos costumes, a tudo dar um sentimento moderno” (*id.*, *ibid.*). Pinto (2008) acrescenta que “Salazar ter-se-á cativado pela predisposição panegírica de Ferro, pelas suas tomadas de posição inflamadas e contundentes” (p. 48).

<sup>125</sup> As entrevistas de António Ferro a Salazar foram posteriormente compiladas em livro (Ferro, 1933a). Sobre este assunto veja-se também Preto (1933).

<sup>126</sup> Na entrevista que concedeu a António Ferro em 1933 (Ferro, 1933b) Salazar notou, a propósito da propaganda alemã e italiana: “Teremos de ir para aí, para uma propaganda intensa, conscientemente organizada, mas é lamentável que a verdade precise de tanto barulho para se impor, de tantas campainhas, bombos e tambores, dos mesmos processos, exatamente, com que se divulga a mentira (p. 1).

Foi, pois, no aludido contexto que se enquadrou a nomeação de António Ferro como diretor do SPN, ocorrida em 1933 (Ferro, 1943) e prolongada até 1949, muito embora a preparação do Secretariado se tenha iniciado logo no princípio de 1933 (Matos, 2010)<sup>127</sup>.

O SPN foi oficialmente inaugurado algumas semanas depois<sup>128</sup> mediante uma sessão pública em que tomaram a palavra Salazar<sup>129</sup> e António Ferro<sup>130</sup>, os quais se referiram ao seu papel e missão. A visão deste último sobre o que seria a ação do SPN encontra-se bem expressa numa entrevista que concedeu ao *Diário de Lisboa* em outubro de 1933, na qual enquadrou a prática da propaganda no contexto político da época:

<sup>127</sup> Matos (2010a) refere que “embora oficialmente o Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) só seja criado no final de 1933, na prática desde o início deste ano que o jornalista [A. Ferro] concebe o programa de ação do que há de ser o futuro Secretariado e estabelece os contactos nacionais e internacionais indispensáveis a tal estrutura” (p. 317).

<sup>128</sup> 26 de outubro de 1933.

<sup>129</sup> Do discurso inaugural do Presidente do Conselho (Salazar, 1961) podemos extrair a sua preocupação em posicionar o SPN como instrumento de Governo e não do Governo. Relativamente aos objetivos do Secretariado, afirmou-o como construtor do suporte popular do Estado e como agente de coesão nacional, notando que “politicamente só existe o que o público sabe que existe: a ignorância das realidades, dos serviços, dos melhoramentos existentes, é causa de descontentamento, de frieza nas almas, de falta de orgulho patriótico (...). O facto tem interesse político, porque o tem no terreno da coesão, da vitalidade nacional” (*Id.*, p. 263). O SPN visava também a correção da opinião dos cidadãos, tanto a nível nacional como internacional: “Todos protestam contra a injustiça com que – hoje menos que outrora, mas ainda bastas vezes – se referem a Portugal jornalistas, escritores e políticos estrangeiros. Não creio na má fé da generalidade; creio na ignorância acerca das nossas coisas proveniente das más informações que aqui mesmos lhes dão” (*id.*, p. 264). Relativamente à missão do SPN, Salazar (1961) considerava que passava por “elevar o espírito da gente portuguesa no conhecimento do que realmente é e vale, como grupo étnico, como meio cultural, como força de produção, como capacidade civilizadora, como unidade independente no concerto das nações; clamar, gritar incessantemente o que é contra o que se *diz* ser; repor constantemente as coisas no terreno nacional, referi-las sempre à Nação que nós tomamos como a primeira realidade da nossa organização política e social, é necessidade inadiável (...)” (pp. 265-266). Neste sentido, Ramos do Ó (1996) considera que “o problema central do Secretariado era o da identidade nacional” (p. 894). Finalmente, Salazar (1961) elegeu como princípios e valores do SPN a verdade e a justiça: “Nem a Nação nem o Governo têm necessidade de que alguém minta a seu favor, nem pode o Secretariado ser injusto para ninguém” (p. 266).

<sup>130</sup> António Ferro enquadrava o SPN na defesa e legitimação do Estado Novo, tendo afirmado no discurso que proferiu na inauguração da sede do SPN: “Mais do que uma obra, cumpre-nos fazer a propaganda moral de uma obra” (“Secretariado”, 1933: 2). De acordo com Pinto (2008), a intervenção de António Ferro e do SPN era “indissociável da clara intenção de gerir a imagem da figura cimeira do regime [Salazar] e conferir uma roupagem apelativa aos princípios e normas do Estado Novo, isto é, do estabelecimento de processos constitutivos de uma estetização da política aptos a diminuir o impacto dos efeitos do seu sistema repressivo” (p. 26). António Ferro posicionava ainda o SPN na luta contra os opositores do regime, nomeadamente o comunismo, vendo-o como uma estrutura de contrapropaganda (“Secretariado”, 1933; Ferro, 1943).

- Fazer hoje propaganda nacional interna ou externa é fazer a propaganda, quer queiram, quer não, da obra empolgante da atual situação: estradas, nova esquadra, novas escolas e liceus, administração impecável, regime corporativo, assistência pública, princípios essenciais da nova Constituição, renovação moral e social, etc. Para que a Nação sinta essa obra cada vez mais, levá-la-emos, atrás da propaganda, a todos os sectores da vida portuguesa [...] (“O director do Secretariado”, 1933: 5).

A missão do SPN foi formalmente definida nos seguintes termos:

Ao Secretariado incumbe direção e superintendência da Propaganda Nacional interna e externa, competindo-lhe, como órgão central dos serviços de propaganda, coordenar toda a informação relativa à ação dos diferentes Ministérios, de modo que, pela sua organização sistemática e oportuna difusão, possa evidenciar-se, no País e no estrangeiro, o espírito de unidade que preside à obra realizada e a realizar pelo Estado Português (Decreto-lei n.º 23:054 de 25 de setembro da PC, 1933, p. 1675).

Para cumprir tal missão, integrando “os portugueses no pensamento moral que deve dirigir a Nação” (Decreto-lei n.º 23:054 de 25 de setembro da PC, 1933: 1675) e “buscando o consenso da sociedade portuguesa em torno do ideário do regime” (Paulo, 1994: 74), o SPN foi estruturado em torno de duas secções com diferentes competências (Quadro I.1).

A secção interna era responsável pelas ações de propaganda em território nacional, sendo dirigida pelo jornalista e escritor Artur Maciel (1900-1977). A secção externa ficou responsável pelas ações de propaganda a desenvolver no estrangeiro, tendo sido colocada sob a direção do escritor António Eça de Queiroz (1891-1968), função que acumulou com a de subdiretor do SPN.

Foi assim criado um organismo central cuja ação vertical ao nível do Estado ficou desde logo oficialmente instituída no art.º 6.º do referido diploma:

Todas as repartições e serviços do Estado, corpos e corporações administrativas são obrigados a prestar as informações que o Secretariado da Propaganda Nacional lhes pedir para o bom desempenho das suas funções; a enviar-lhe todas as suas publicações oficiais ou oficiosas; a facultar-lhe todos os meios necessários indispensáveis à realização dos fins estabelecidos pelo presente decreto-lei (Decreto-lei n.º 23:054 de 25 de setembro da PC, 1933, p. 1675).

Se os meios através dos quais o SPN atuava incluíam “a imprensa, a literatura, a arte, o cinema, o teatro e a radiodifusão” (Ramos do Ó, 1996: 894), as atividades de tipo-RP

desenvolvidas até 1948<sup>131</sup> foram desde logo enunciadas por Ferro (“O director do Secretariado”, 1933).

#### Quadro I.1 – Competências das secções do SPN (1933)

<b>Secção interna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Regular as relações da imprensa com os poderes do Estado;</li> <li>b) Fomentar a edição de publicações que se destinem a fazer conhecer a atividade do Estado e da Nação Portuguesa.</li> <li>c) Organizar um serviço de informação da ação desenvolvida pelos diferentes serviços públicos na parte que interesse à Propaganda Nacional;</li> <li>d) Servir permanentemente como elemento auxiliar de informação dos respetivos Ministérios;</li> <li>e) Organizar manifestações nacionais e festas públicas com intuito educativo ou de propaganda;</li> <li>f) Combater por todos os meios ao seu alcance a penetração no nosso País de quaisquer ideias perturbadoras e dissolventes da unidade e interesse nacional;</li> <li>g) Estimular, na zona da sua influência, a solução de todos os problemas referentes à vida do espírito, colaborando com os artistas e escritores portugueses e podendo estabelecer prémios que se destinem ao desenvolvimento de uma arte e de uma literatura acentuadamente nacionais;</li> <li>h) Utilizar a radiodifusão, o cinema e o teatro como meios indispensáveis à sua ação.</li> </ul>
<b>Secção externa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Colaborar com todos os organismos portugueses de propaganda existentes no estrangeiro;</li> <li>b) Superintender em todos os serviços oficiais de imprensa que atuem fora do País;</li> <li>c) Promover a realização de conferências em vários centros mundiais por individualidades portuguesas e estrangeiras; fortalecer o intercâmbio com os jornalistas e escritores de grande nomeada; elucidar a opinião internacional sobre a nossa ação civilizadora e de modo especial sobre a ação exercida nas colónias e o progresso do nosso Império Ultramarino; promover a expansão, nos grandes centros, de todas as manifestações da arte e da literatura nacionais.</li> </ul>

Fonte: Decreto-lei n.º 23:054 de 25 de setembro da PC (1933: 1675).

Tais atividades podem ser enquadradas em oito eixos<sup>132</sup>: (1) relações com a imprensa; (2) edições impressas; (3) produção de filmes e documentários cinematográficos; (4)

<sup>131</sup> O período temporal por nós tratado engloba apenas os primeiros 15 anos de atividade do SPN.

<sup>132</sup> Refira-se também a atividade do SPN/SNI ao nível do turismo – destacando-se a propaganda turística em Portugal e no estrangeiro e a abertura de postos de informação turística –, da denominada ‘campanha do bom gosto’, exercida, por exemplo, através dos concursos de montras (Acciaiuoli, 2013), e ao nível cultural (SNI, 1958). Neste último campo, sublinhado pelo facto de a partir de 1947 o SPN/SNI ter integrado na sua orgânica a Inspeção Geral dos Espetáculos (SNI, 1958), salientam-se as intervenções no teatro (mediante, nomeadamente, a criação, em 1936, do Teatro do Povo), no bailado (com a criação, em 1940, do Grupo de Bailados Verde-Gaio), na música (através do patrocínio de concertos, a encomenda de obras a compositores, etc.), na etnografia e folclore (salientando-se o ‘Concurso da Aldeia mais portuguesa de Portugal’), e nas artes plásticas (através da realização de salões e exposições de arte em Portugal e no estrangeiro). A articulação da

realização de palestras e conferências; (5) realização de exposições; (6) organização de eventos públicos e de festejos; (7) organização de concursos; (8) instituição de prémios culturais.

Ao nível das relações com a imprensa, o SPN visava “o consenso da sociedade portuguesa em torno do ideário do regime” (Paulo, 1994: 74), apresentando uma “‘verdade’ institucionalizada pelo regime como tal” (*id.*, p. 75)<sup>133</sup>, recorrendo mesmo à manipulação (Raimundo, 2015)<sup>134</sup>. Por outro lado, como salientou Paulo (1994), o SPN escrutinava e discriminava a imprensa, exercendo um ‘controlo sugestivo’<sup>135</sup>:

Para tal, o órgão vai emitir semanalmente um Boletim da Imprensa que abrange os jornais de Lisboa, Porto, dos pequenos núcleos das Províncias, as Ilhas, as Colónias do Ultramar e a Colónia Portuguesa do Brasil, onde se comunica aos demais órgãos da administração do

---

‘política do espírito’ com a propaganda foi explicitada por Ferro (1943): “O valor da propaganda que as grandes nações dão (...) às suas grandes manifestações do espírito está demonstrado, pela ação viva, dinâmica do «British Council» e pelas constantes peregrinações da Orquestra Sinfónica de Berlim” (p. 20). Foi neste âmbito que se enquadrou o referido Grupo de Bailados Verde-Gaio.

<sup>133</sup> Ferro não hesitava, porém, em proclamar a adesão do SPN ao princípio da verdade. No balanço que fez dos 10 anos de atividade do SPN (Ferro, 1943) escreveu: “Podemos afirmar, hoje, a todos os que nos ouvem, dentro do País ou até fora dele, de cabeça levantada e de consciência tranquila, que nunca mentimos! Por imperativo da consciência de Salazar e das nossas próprias consciências? Sem dúvida! Mas também – porque não dizê-lo? – por simples política, por simples técnica, quase posso dizer por originalidade paradoxal, de tal forma a propaganda e mentira são duas palavras, ainda que injustamente, consideradas sinónimas” (pp. 14-15).

<sup>134</sup> De acordo com Raimundo (2015), Ferro manipulava os órgãos de comunicação e de divulgação cultural: “Inteligente, criativo e esforçado como poucos da sua geração, manipula a Imprensa, a Rádio e o Cinema com total desprezo pelos públicos, falsifica hábitos e costumes populares e inventa tradições que nunca existiram, sacrificando tudo aos interesses do regime” (p. 11). O referido autor acrescenta que “Ferro arquiteta mesmo um plano complementar que se revela bastante eficaz, criando uma equipa de redatores, pagos à peça, que produzem artigos de propaganda. Destacam-se desse grupo Alfredo Pimenta, João Ameal, Manuel Múrias e Pedro Correia Marques. O SPN paga adiantado e fá-lo generosamente, com a condição de os escrevinhadores arregimentados colocarem os textos gratuitamente, em jornais nacionais ou regionais” (p. 190).

<sup>135</sup> O controlo da imprensa pelo SPN estava, aliás, bem presente em António Ferro (“O director do Secretariado”, 1933), que antes de assumir as suas funções diretivas anunciara “Não lhe escondo, porém, que estou disposto a combater por todos os meios ao meu alcance, isto é, *pelos meios de propaganda* [...] todos os papéis anónimos onde se despejam calúnias que me vexam como jornalista e que vexam, com certeza, todos os meus camaradas! Contra tais papéis – não tenha dúvidas! – uma guerra leal, *às claras*, mas intransigente!...” (p. 5). Sobre o referido controlo, nomeadamente a metodologia usada por António Ferro e pelo SPN, afirma Matos (2010a): “a propaganda no Estado Novo não criou factos nem líderes. A sua atuação é mais a dum fotógrafo do que a dum redator: escolhem-se determinados ângulos para mostrar a realidade e, dentro dessa realidade, como quem muda de lentes, ora se amplia o que se pretende mostrar ora se diminui o que, de todo em todo, a censura não consegue esconder” (p. 375).

governo a tendência política da Imprensa, atestando ou não a sua proximidade ao ideário do Estado Novo, ou acentuando a falta de "integração" nos pressupostos do regimes (pp. 74-75).

Acresceu ao referido controlo a atuação do SPN como “uma espécie de força auxiliar das Comissões de Censura” (Paulo, 1994: 77), fenómeno que se adensou nos anos 1940. Com efeito, em 1944, o SPN, entretanto transformado em Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo<sup>136</sup> (SNI), passou a tutelar a Direção dos Serviços de Censura, organismo administrado até à data pelo MI.

De acordo com Paulo (1994), a nova designação do SPN, ocorrida por força de fatores externos que ameaçavam o regime político de Salazar<sup>137</sup>, camuflou “na verdade, um aparelho de propaganda bem mais repressivo e sofisticado que o modesto SPN” (p. 79)<sup>138</sup>. Entre as suas funções contavam-se:

[...] o registo e licença para jornalistas e agências noticiosas, a censura prévia, o controlo da radiodifusão, podendo manter fiscais permanentes junto às emissoras para "visto prévio" de todos os textos a difundir, e ainda a execução das antigas atribuições da Inspeção dos Espetáculos. Com esta última atribuição, o órgão passa a centralizar a fiscalização e o fornecimento de registo, licenças e vistos para toda e qualquer manifestação artística ou casa de espetáculo aberta ao público, exercendo desta forma forte vigilância sobre a vida cultural e artística do país. Com o mesmo fim controlador é criado o Conselho de Imprensa, que toma a seu cargo as tarefas do antigo Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda, desaparecido pela revogação do Decreto n.º 30 320 (Paulo, 1994: 78-79).

---

<sup>136</sup> O SNI foi criado em 23 Fevereiro de 1944 (Decreto-lei n.º 33:545, de 23 de Fevereiro, da Presidência do Conselho, 1944) e organizado (Decreto-lei n.º 34:133, de 24 de Novembro, da Presidência do Conselho, 1944) e regulamentado (Decreto-lei n.º 34:134, de 24 de Novembro, da Presidência do Conselho, 1944) em Novembro do mesmo ano.

<sup>137</sup> Paulo (1994) nota que “O Estado Novo, temendo os novos tempos, apresenta uma nova fachada para o seu velho aparelho de propaganda” (p. 77). Os novos tempos consubstanciavam-se no “retrocesso das forças nazistas, o dia ‘D’ dos aliados, a conspiração de Von Stauffenberg contra Hitler e a entrada de De Gaulle em Paris” (*id.*, *ibid.*). Acciaiuoli (2013) refere que a substituição do termo ‘propaganda’ pelo termo ‘informação’ se prendeu com o facto de se evitarem “certas palavras que tinham ajudado a consolidar as ditaduras” (p. 226).

<sup>138</sup> Paulo (1994) nota que “o organigrama do SNI é bem mais complexo e encontra-se disposto em quatro repartições encarregadas, respetivamente, dos serviços relativos à Informação, à Cultura Popular, ao Turismo e à Administração Central. A Repartição de Informação possui quatro secções, a saber, a de estudos e de difusão de informações, imprensa portuguesa, imprensa estrangeira e a de intercâmbio luso-brasileiro. Dela dependem a Biblioteca, o Arquivo Fotográfico e os postos de Radiodifusão” (p. 79).

Operacionalmente, as relações do SPN/SNI com a imprensa materializaram-se “por um lado, na resposta a inúmeros pedidos de informações<sup>139</sup> (...) e por outro no fornecimento de noticiário oficial à imprensa”<sup>140</sup> (SNI, 1958: 39), o que era feito através de comunicados diários (Ferro, 1943). Além disso, o SPN/SNI procedia igualmente à “organização do trabalho dos jornalistas em todos os grandes acontecimentos nacionais” (*id.*, p. 45)<sup>141</sup>. Especificamente no que se refere à rádio, o SPN/SNI desenvolveu atividade junto dos “Postos Emissores de Rádio particular” (SNI, 1958: 47), a qual se concretizou “na distribuição de cerca de 8 mil palestras e diálogos, 1.300 peças de teatro radiofónico, assim como de noticiários que, desde 1941, atingiram o número de 6.200” (*id.*, p. 48). Acresce que a Emissora Nacional (EN) veio a ser integrada no SPN/SNI (SNI, 1948a) e que António Ferro assumiu a partir de finais de 1940 a respetiva direção, o que lhe conferiu a possibilidade de controlar a informação e a programação cultural<sup>142</sup>. Relativamente aos jornalistas estrangeiros, o SPN/SNI não só colaborou na elaboração de dossiers e edições especiais dedicadas a Portugal, como apoiou os repórteres que se deslocavam ao País, fornecendo-lhes “elementos de trabalho, informações e assistência técnica” (*id.*, p. 47)<sup>143</sup>. As relações do SPN/SNI com aqueles estavam, porém, longe de ser imparciais ou livres<sup>144</sup>

---

<sup>139</sup> Em 14 anos de atividade, o SPN/SNI prestou mais de 17.000 informações (SNI, 1948a).

<sup>140</sup> De acordo com SNI (1958), competia ao Secretariado a “distribuição à Imprensa de todo o noticiário oficial, incluindo notas oficiosas, textos legais, discursos, etc.” (p. 44).

<sup>141</sup> Contaram-se entre os referidos acontecimentos “as comemorações do Duplo Centenário, em 1940; as visitas de Chefes de Estado estrangeiros a Portugal; a reunião do Pacto do Atlântico em Lisboa; o encerramento do Ano Santo, em Fátima, etc.” (SNI, 1958: 45).

<sup>142</sup> Entre as criações de Ferro conta-se o programa «Serões para trabalhadores», destinado à “ocupação dos tempos livres dos trabalhadores, que se desejam patriotas, tementes a Deus e respeitadores da autoridade” (Raimundo, 2015: 313). Quanto à informação veiculada pela EN, nota Raimundo (2015) que Ferro começou “por ordenar que os noticiários se construíssem a partir do *DN*, do obediente Augusto de Castro” (p. 315). Sobre a relação de António Ferro e do SPN/SNI com a EN, veja-se Ribeiro (2005).

<sup>143</sup> Em 1948, fazendo o balanço de 14 anos de atividade, o SNI (1948a) quantificou em 1750 os jornalistas estrangeiros registados nos seus ficheiros, os quais terão publicado mais de 10 000 artigos sobre Portugal.

<sup>144</sup> Raimundo (2015) especifica que António Ferro foi especialmente ativo junto dos jornais franceses, conseguindo várias entrevistas a Salazar durante os anos 1930 e 1940. Nota, porém, que “algumas dessas entrevistas são realizadas e publicadas em jornais colaboracionistas, submetidos ao controlo das tropas invasoras alemãs (...). As perguntas a Salazar são mostradas previamente a António Ferro e respondidas muitas vezes por escrito e nem sempre pelo punho do ditador. Os entrevistados são geralmente pagos, em dinheiro vivo ou em passeios turísticos por Portugal, para fazerem o frete” (p. 210). Relativamente ao conteúdo das peças jornalísticas estrangeiras, Matos (2010b) refere que “muitos dos escritores e jornalistas que visitam Portugal a convite do SPN escrevem posteriormente sobre o país que visitaram, o regime que aí vigora e, claro, sobre Salazar. Quer tenham quatro ou cem páginas, quer se trate de uma notícia ou de um livro, estes textos surgem-nos como rimas de um mesmo mote. Por muitas destas obras, independentemente da sua diversa

(Matos, 2010b; Raimundo, 2015), algo que Ferro (1943) negou sempre publicamente, alegando fazer uma ‘propaganda sentimental’:

(...) desejo afirmar que não houve um único artigo publicado na Imprensa Estrangeira sobre Portugal e o seu ressurgimento que tenha sido pago como simples mercadoria, como qualquer anúncio... Realizámos muitas viagens, convidámos muitos estrangeiros a vir a Portugal sem os forçar a olhar para isto ou para aquilo, fizemos o possível por esclarecer a opinião pública internacional sobre o «caso português», sobre as coisas portuguesas, mas sempre, sempre, por caminhos claros, por processos honestos, limpos, à vista do público. (...)

É que, além de tudo o mais, a propaganda paga é uma propaganda fria, que termina com o «passez à la caisse» e que se vinga, na primeira oportunidade, de se ter vendido. A outra, pelo contrário, a sentimental, a que se consegue com as amizades sólidas que se vão ganhando, com o saudável esclarecimento da verdade, é uma propaganda que dura sempre, com projeção, que muitas vezes, já nos acode, em outras circunstâncias, sem qualquer apelo ou provocação” (p. 15).

O SPN/SNI desempenhava ainda uma função de monitorização da imprensa, operacionalizada mediante a “leitura e comentário de todas as publicações periódicas do Continente, Ilhas Adjacentes e Ultramar e dos jornais portugueses publicados no Estrangeiro” (SNI, 1958: 44), assim como dos jornais estrangeiros<sup>145</sup>. A partir de tal informação, o SPN/SNI elaborava relatórios diários e semanais, onde eram “apontadas as referências da Imprensa aos diversos problemas nacionais” (*id., ibid.*), os quais eram enviados “aos diferentes departamentos do Estado a que dizem respeito, muitas vezes acompanhados dos recortes respetivos” (*id., ibid.*). Para dar resposta às suas funções, o SPN/SNI criou vários meios de ação, incluindo uma sala de imprensa<sup>146</sup>, um ficheiro de legislação, um arquivo de documentação sobre diversos temas da vida política, económica, histórica e cultural portuguesa, um arquivo de recortes de jornais, um arquivo fotográfico e

---

qualidade, perpassam as mesmas histórias sobre Salazar: a proverbial dedicação à mãe, os estudos feitos a pulso, a inteligência pouco comum, a modéstia, a honestidade irrepreensível, a frieza a esconder a timidez, o providencialismo de quem, não querendo o Poder, tem de o exercer para redenção de Portugal” (p. 54). Sobre a relação do SPN/SNI com a imprensa, veja-se o artigo “A obra do Secretariado” (1942), no qual se dá nota dos elogios que o jornalista suíço Hans Walter Hartmann teceu ao SPN e a António Ferro.

<sup>145</sup> Em 1948, estimava-se em 600 000 o número de recortes de imprensa realizados ao longo de 14 anos de atividade do SPN/SNI, (SNI, 1948a).

<sup>146</sup> A sala de imprensa foi inaugurada em março de 1958 para “facilitar aos jornalistas o acesso às fontes oficiais de informação” (SNI, 1958: 45). Ali se realizavam as conferências de imprensa e forneciam “inúmeras informações e esclarecimentos” (*id., ibid.*) aos jornalistas. Serviu também para efetuar “algumas visitas de estudo de jornalistas a importantes realizações da vida económica e social do País” (*id., ibid.*).

um arquivo de gravuras<sup>147</sup>, um ficheiro ideográfico de fontes de consulta e investigação e uma biblioteca.

Movido pelo objetivo fundacional de “fazer conhecer a atividade do Estado e da Nação Portuguesa” (Decreto-lei n.º 23:054 de 25 de setembro da PC, 1933: 1675), o SPN/SNI fomentou a produção editorial, tendo promovido a edição, entre 1933 e 1948, de um total de 1355 publicações (SNI, 1948b), “abrangendo os mais variados aspetos da vida nacional: político, económico, social, histórico, artístico, etnográfico, turístico, etc.” (para. 3). As edições do SPN/SNI, que ora propagandeavam os feitos do Estado Novo a partir de dados estatísticos/numéricos – tais como os *Cadernos da Revolução Nacional* e os *Cadernos do Ressurgimento Nacional* –, ora divulgavam a sua doutrina, como sucedeu no *Decálogo do Estado Novo*, eram graficamente cuidadas<sup>148</sup>. Tendo sido publicadas em diferentes idiomas<sup>149</sup>, incluíram livros – avulsos e em coleções<sup>150</sup> –, folhetos, publicações periódicas<sup>151</sup>, folhas, catálogos, cartazes e programas, e mapas álbuns, postais e retratos<sup>152</sup> (SNI, 1948b). A circulação das obras foi ampliada em 1945 com a criação, por parte do SNI, das Bibliotecas Ambulantes de Cultura Popular, que, “montadas em carrinhas” (Paulo, 1994: 111), percorreram “os mais diversos pontos do país” (*id.*, *ibid.*) durante quatro anos,

<sup>147</sup> Criado em 1938, a missão do arquivo fotográfico consistia na “aquisição e arquivo de negativos, provas em papel e diapositivos (a preto-e-branco e a cores) e no seu fornecimento para as edições do Secretariado e para outras entidades, portuguesas e estrangeiras” (SNI, 1958: 49). O arquivo de gravuras foi constituído em 1956.

<sup>148</sup> Acciaiuoli (2013) nota que António Ferro utilizou o “formulário gráfico” (p. 115) de Paul Colin – cuja exposição o SPN organizara quando da sua passagem por Lisboa nos anos 1930 – nas edições do SPN/SNI, que eram dirigidas pelo jornalista e escritor Augusto Ferreira Gomes (1892-1953). Sobre as relações das artes gráficas com o Estado Novo, veja-se Gaspar (2009).

<sup>149</sup> O *Catálogo Geral das Edições SNI, 1933-1948* (SNI, 1948b) lista publicações do SPN/SNI em castelhano, em inglês, em francês, em alemão e em italiano.

<sup>150</sup> Ao nível da edição literária, destacam-se a ‘Coleção Pátria’, da autoria de Virgínia de Castro e Almeida (1874-1945) – que apresentou uma versão da história de Portugal baseada em quatro eixos marcadamente ideológicos (Ribeiro, 1994): singularidade, providencialismo, autoridade e virtuosismo – e a coleção ‘Grandes Portugueses’. Além da reescrita do passado à luz da ideologia do Estado Novo, o SPN/SNI publicou também diversas obras relativas ao momento presente, nomeadamente dois livros de propaganda anticomunista (Paulo, 1994): *Anti-Marx*, de José Pequito Rebelo (1892-1983), e *O Stalinismo: por um antigo comunista que trabalhou na "Komintern"*, de A. Vieira.

<sup>151</sup> Com destaque para as revistas *Panorama*, revista de arte e turismo iniciada em 1941, e *Atlântico*, revista de cultura luso-brasileira iniciada em 1946 e dirigidas às elites culturais (Paulo, 1994), e os boletins *Notícias de Portugal*, publicado a partir de 1947 e dirigido aos emigrantes, *Portugal*, distribuído no estrangeiro em cinco idiomas, e *Informações*, com distribuição nacional.

<sup>152</sup> O SPN editou retratos do Presidente da República e do Presidente do Conselho e da atividade de organismos como a Mocidade Portuguesa (SNI, 1948).

abrangendo 96 localidades e mais de 18 000 leitores (SNI, 1958)<sup>153</sup>. O SPN/SNI participou também na institucionalização dos livros escolares únicos, contribuindo para a “doutrinação das crianças” (Raimundo, 2015: 243).

Relativamente ao cinema, foi o mesmo “considerado um instrumento importante da propaganda do regime” (Torgal, 2001: 67), pois ainda que Salazar, ao contrário de António Ferro<sup>154</sup>, não tivesse “uma particular sensibilidade para a estética da «Sétima Arte»” (*id.*, *ibid*), “racionalmente entendeu que não poderia abdicar desse meio para impor a sua doutrina” (*id.*, *ibid*). Assim, em setembro de 1935 o SPN criou uma secção de cinema (Rodríguez, 2001), dirigida por Manuel Félix Ribeiro (Raimundo, 2015), através da qual, só nos primeiros catorze anos de atividade, assegurou a produção uma longa metragem e patrocinou outras duas<sup>155</sup>, produziu mais de 70 documentários (SNI, 1948a) e manteve um jornal cinematográfico de atualidades inspirado pelo “modelo fascista italiano” (Raimundo, 2015: 270)<sup>156</sup>.

Não querendo limitar-se aos cinemas e às salas de projeção disponíveis, que chegavam sobretudo às elites (Raimundo, 2015), o SPN, emulando exemplos estrangeiros<sup>157</sup>, criou em 1935 sessões de cinema ambulante, dirigidas por Félix Ribeiro, chegando assim a um maior e mais diversificado leque de público (Paulo, 1994)<sup>158</sup>.

---

<sup>153</sup> Raimundo (2015) nota que nas Bibliotecas Ambulantes do SPN/SNI “não há autores incómodos nem adversários do regime”.

<sup>154</sup> Torgal (2001) nota que António Ferro “bem cedo se interessou pelo fenómeno cinematográfico” (p. 67).

<sup>155</sup> A longa metragem produzida pelo SPN/SNI foi o filme *A Revolução de Maio* (1937). Realizado por António Lopes Ribeiro, com argumento escrito em parceria com António Ferro, pretendeu comemorar a revolução de 28 de maio de 1926 e “mostrar que a política do Estado Novo, através das suas realizações, transformou as mentalidades e que Portugal é um país diferente daquele que o regime encontrara” (Pina, 1986: 81), consistindo no “mais ambicioso filme de propaganda do regime” (Raimundo, 2015: 225). Tal visão é corroborada por Costa (1991), que afirma que este foi “o único exemplo da uma *ficção política* tentado até aos anos 70 e o único filme feito explícita e expressamente à glória do Estado Novo” (p. 62). Quanto aos filmes patrocinados pelo SPN/SNI foram eles as longas-metragens *Ala Arriba* (1942) e *Camões* (1946).

<sup>156</sup> Produzido entre 1938 e 1951 por iniciativa de António Ferro e do SPN/SNI (Piçarra, 2002, 2006, 2009; Braga, 2005), que contratou para o efeito a SPAC - Sociedade Portuguesa de Atualidades Cinematográficas, e realizado por António Lopes Ribeiro (1908-1995), o *Jornal Português* destinava-se a ser exibido nos cinemas, antecedendo a projeção dos filmes comerciais. De acordo com Torgal (2001) os documentários do SPN procuravam “engrandecer a obra de Salazar no domínio das obras públicas, a «menina dos olhos» do regime, mas também do fomento agrário e industrial, e divulgavam os grandes atos da vida cívica, política e cultural, tais como visitas presidenciais, manifestações de apoio ao regime, festas militares, comemorações, exposições, etc.” (p. 69).

<sup>157</sup> Raimundo (2015) cita os exemplos da Alemanha, França, Rússia, Inglaterra, Holanda e Suíça.

<sup>158</sup> Raimundo (2015) refere que estas sessões atingiram até 1947 cerca de 2,5 milhões de pessoas, tendo decorrido “nas Casas do Povo, nos campos de futebol, nas sedes dos sindicatos corporativos e até, à falta de

O SPN/SNI criou também, em 1948, o Fundo do Cinema Nacional, disponibilizando “subsídios para a produção de filmes” (SNI, 1958: pp. 93-94), a instalação da Cinemateca Nacional<sup>159</sup> e a atribuição de bolsas de estudo para formação realizada no estrangeiro.

A realização de palestras por personalidades ligadas ao regime, ou que se destacaram em vários domínios, constituiu também instrumento de propaganda do SPN/SNI<sup>160</sup>, assim como a organização de conferências e congressos. Uma das ocasiões para a realização de palestras foram as sessões de cinema ambulante (Raimundo, 2015).

Outra das manifestações de propaganda do SPN operacionalizou-se mediante a realização de exposições artísticas (pintura, fotografia, cinema, etc.), populares e de Estado – destacando-se a Exposição do Mundo Português (1940) –, ou através da coordenação da participação de Portugal nas grandes exposições internacionais, de que são exemplo os certames de Paris (1937) e de Nova Iorque (1939). Quanto ao *modus operandi* do SPN/SNI neste âmbito, António Ferro e o SPN utilizaram em algumas das exposições – como sucedeu na organizada em maio de 1934, por ocasião do I Congresso da União Nacional – a estratégia da comparação<sup>161</sup>.

A organização de eventos públicos e de festejos, em Portugal como no estrangeiro<sup>162</sup>, foi também utilizada pelo SPN/SNI como meio de propaganda, assim como a organização de concursos para a valorização do espírito nacional, sobressaindo desses as ‘Estações Floridas’ e a ‘Aldeia mais portuguesa de Portugal’, este último organizado em 1938.

Finalmente, a instituição de prémios culturais constituiu outro dos meios utilizados pelo SPN, abrangendo os prémios literários, de jornalismo/reportagem, de teatro, de artes

melhor, nos jardins públicos e instalações locais da União Nacional” (p. 271). Para o efeito, dispunha o SPN/SNI de “dois camiões especiais, equipados com tudo o que é necessário para projetar cinema (...) [e] duas aparelhagens móveis” (*id.*, p. 272).

<sup>159</sup> Criada igualmente em 1948, mas só aberta ao público em 1958.

<sup>160</sup> Estas iniciativas adquiriram maior expressão a partir de 1935, com a constituição da Emissora Nacional, através da qual algumas passam a ser transmitidas em direto (Paulo, 1994).

<sup>161</sup> De acordo com Raimundo (2015), tratava-se de “comparar o pior do passado republicano com o melhor dos primeiros oito anos de ditadura. Para obter o efeito desejado, Ferro manipulou descaradamente imagens captadas pelos fotógrafos dos jornais (Joshua Benoliel, de *O Século*, sobretudo), não só do período republicano mas até dos anos finais da Monarquia. A sequência assustadora de situações de desordem mostrava confrontos violentos, greves selvagens e intervenções policiais. Ao saírem dessa sala de pesadelo, os visitantes eram encaminhados para o Salão Nobre do pavilhão, onde os esperava um cenário tranquilo, mostrando a ação desenvolvida pela ditadura, na construção de estradas e infraestruturas produtivas. A meio, como um farol, está o símbolo em grandes dimensões da União Nacional” (p. 245).

<sup>162</sup> Refiram-se as Festas do Maio Florido e os festejos do Santo António, em Lisboa. No estrangeiro, refira-se, entre outras, a gala que o SPN ofereceu, em 1937 por ocasião da Exposição Internacional de Paris.

plásticas, de cinema e de peças radiofónicas (SNI, 1958)<sup>163</sup>. Segundo Raimundo (2015), as referidas distinções constituíram um mecanismo de manipulação cultural e informativa, tendo o SPN/SNI imposto “aos concorrentes um conjunto de regras, condicionadoras da liberdade e da criatividade” (p. 195)<sup>164</sup>.

#### I.2.5.2. Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação

Em 1940, com a justificação da guerra em curso na Europa assim o exigir, foi criado na dependência da PC o Gabinete de Coordenação dos Serviços de Propaganda e Informação (GCSPI), cuja missão era “assegurar a coordenação dos serviços públicos em matéria de propaganda e informação” (Decreto n.º 30:320, de 19 de março da PC, 1940: 405).

O GCSPI era constituído pelos diretores do SPN – que executava o respetivo expediente – e dos serviços de censura e ainda pelo presidente da Comissão Administrativa da EN, tendo como secretário o chefe dos serviços de imprensa do SPN. Funcionalmente, competia-lhe:

- 1.º Velar pela unidade de orientação de todos os serviços públicos no que respeita a propaganda e a informações;
- 2.º Manter a ligação dos referidos organismos com a Presidência do Conselho;
- 3.º Assegurar as relações do Estado com a Imprensa, as estações emissoras de radiodifusão e as agências noticiosas telegráficas instaladas em Portugal, às quais transmitirá todas as comunicações de carácter oficial ou oficioso (Decreto n.º 30:320, de 19 de março da PC, 1940, p. 405).

A articulação do GCSPI com o SPN foi objeto de um despacho do Presidente do Conselho, datado de 15 de maio de 1940, que veio estabelecer as normas para a execução do referido decreto, determinando, nomeadamente, que:

---

<sup>163</sup> Nos primeiros 25 anos de funcionamento do SPN/SNI foram criados 12 prémios literários em cinco géneros, 16 prémios de artes plásticas e 5 prémios cinematográficos (SNI, 1958). Os primeiros foram atribuídos pela primeira vez em 1934, servindo para veicular e legitimar “os valores literários caucionados pelo regime” (Pinto, 2008: 72).

<sup>164</sup> Ilustra-o o prémio Camões, instituído em 1938 para premiar obras estrangeiras dedicadas a Portugal, o qual permitiu ao SPN/SNI “aliciar os autores estrangeiros mais volúveis a escrever obras favoráveis ao regime e ao ditador” (Raimundo, 2015: 247) e atrair “a Portugal intelectuais de direita, com influência cultural e mediática, que se disponham a elogiar o País e o ditador” (*id.*, 209). Raimundo (2015) cita os exemplos de “meia dúzia de escritores franceses (Mauriac, Duhamel, Tharaud, Membré, Maritain, Jules Romains), o inglês T. S. Elliot, a chilena Gabriela Mistral, a suíça Annemarie Schwarzenbach e até Miguel de Unamuno” (p. 209).

- c) – Os textos de diplomas legislativos antes da sua publicação no “Diário do Governo”, e, bem assim, quaisquer notas ou comunicações de carácter oficial ou oficioso só através do S.P.N. podem ser transmitidas à Imprensa, aos postos emissores particulares e às agências noticiosas.
- d) – A todos os serviços públicos é defeso fornecer à Imprensa, Emissora Nacional, aos postos emissores particulares e às agências noticiosas, informações acerca da sua atividade, no aspeto social, económico, político ou militar, e ainda as referentes ao funcionamento da administração, desde que essas informações contenham matéria que não haja ainda sido publicada, ou sem a sua comunicação com a antecipação conveniente ao SPN. (...)
- Incumbe aos serviços levar ao conhecimento do S.P.N., com a devida oportunidade, quanto possa interessar ao esclarecimento público da sua ação, no ponto de vista dos resultados obtidos em benefício do País.
- i) – Os serviços de Imprensa do Ministério dos Negócios Estrangeiros transmitirão, por intermédio do S.P.N. à Imprensa, às emissoras e às agências noticiosas, comunicações de qualquer espécie, que hajam de fazer, sem prejuízo da iniciativa das informações relativas à polícia internacional.– Os informadores dos jornais que habitualmente recolhem o noticiário dos serviços públicos, chamado usualmente “Informação da Arcada”, ficam obrigados a fornecer ao S.P.N. as suas folhas de notícias, até à altura da remessa aos jornais ou agências para que trabalham<sup>165</sup>.

### I.2.6. União Nacional

A União Nacional<sup>166</sup> (UN), partido único instituído em julho de 1930, mediante decreto do Conselho de Ministros do Governo presidido por Domingos Oliveira (1873-1957), teve uma longa existência, suportando politicamente o regime do Estado Novo até 1970, ano em que foi redenominada Ação Nacional Popular (ANP).

A importância que a UN atribuía à propaganda – considerando-a “uma das mais importantes funções de toda a organização” (UN, 1935: 3) – ficou inicialmente expressa nos seus estatutos<sup>167</sup>, nos quais se afirmavam “as reuniões públicas de propaganda” (Decreto nº 21:608 de 20 de Agosto do MI, 1932: 1753) como “meios (...) para a consecução dos seus fins” (*id.*, *ibid.*). Em 1934, foram introduzidas alterações aos referidos estatutos<sup>168</sup>, tendo sido

<sup>165</sup> Cf. AHFPC, Arquivo APT/TLP, *Normas para a execução do decreto 30:320*, carta de D. Couceiro da Costa aos serviços dos CTT referenciados por SPP, DSE, DSI, SIR, DSC, SC e REM, de 26/01/1942, acompanhada de transcrição do referido Despacho de 15 de maio de 1940, pp. 1-2.

<sup>166</sup> Sobre a UN, veja-se Cruz (1988).

<sup>167</sup> Aprovados pelo Decreto nº 21:608 de 20 de agosto de 1932, do MI.

<sup>168</sup> Mediante a Portaria n.º 7909, de 29 de outubro de 1934, do MI.

criada a Comissão de Propaganda (CP), cuja nomeação era da competência do presidente da Comissão Central, o órgão dirigente da UN. As atribuições da CP incluíam:

- 1.º Organizar as reuniões públicas, tanto para a difusão das ideias que constituem a estrutura do Estado Novo, como da obra por ele realizada;
- 2.º Promover toda a espécie de publicações com idêntico objetivo, em conjugação de esforços com o Secretariado da Propaganda Nacional;
- 3.º Fazer a doutrinação económico-social do Estado Novo, em harmonia com as diretrizes fixadas pelo Centro de Estudos Corporativos (Portaria n.º 7909, de 29 de outubro do MI, 1934, p. 1939).

À referida Comissão – cuja articulação com o SPN era assegurada pelo facto de o diretor daquele Secretariado integrar a CP na qualidade de membro nato – acresceram o Serviço de Propaganda (SP) e as Comissões distritais, concelhias e de freguesia. Estas duas estruturas foram regulamentadas numa brochura publicada em 1935 sob o título *Instruções para a Organização e Funcionamento do Serviço de Propaganda* (UN, 1935) e integradas, em 1936, no *Regulamento Geral da União Nacional* (UN, 1936). Se a CP tinha um papel consultivo, reunindo por convocatória do respetivo presidente, e também de produção de estudos (União Nacional, 1935), o SP – denominado Secção Técnica de Propaganda (STP) – representava a parte executiva. Competia-lhe, globalmente, realizar:

- 1.º A propaganda política, de harmonia com a orientação prescrita pela Comissão Central e nos termos dos Estatutos;
- 2.º A execução dos atos comemorativos e outras cerimónias da mesma natureza;
- 3.º Uma ação sistemática e persistente de educação e divulgação doutrinária (UN, 1935: 3).

Da atuação concreta da STP fazia parte a operacionalização em permanência de três das atribuições específicas da Comissão de Propaganda:

- 3.º) – O trabalho de elaboração de diretrizes gerais para a atividade de Propaganda das Comissões distritais, concelhias e de freguesia, bem como o da preparação de folhetos, manifestos e outros elementos para essa atividade ou para publicação na imprensa.
- 4.º) – O trabalho de exame de textos propostos para publicação ou conferências, em nome ou com o patrocínio da União Nacional.
- 5.º) – A colaboração com o Secretariado de Propaganda Nacional e com o Serviço Político da Emissora Nacional (UN, 1935: 4).

Quanto às Comissões distritais, concelhias e de freguesia, a sua missão era desenvolver “uma ação incessante de educação doutrinária de todos os filiados, de conquista de novos

filiados, sinceramente convertidos, e de difusão pública da doutrina” (UN, 1935: 5), recorrendo, para tal, a palestras, à imprensa local, à distribuição de folhetos, curtos manifestos e panfletos, e à propaganda direta (UN, 1936).

As referidas Comissões eram apoiadas, “em todos os distritos e concelhos” (*id.*, *ibid.*), por Brigadas Doutrinadoras, “constituídas com filiados da União Nacional, inscritos no Centro de Estudos Corporativos”, delas fazendo também “parte, nos distritos, os delegados do I.N.T.P.”<sup>169</sup> (*id.*, *ibid.*).

Participavam igualmente nas referidas Brigadas os ‘propagandistas diretos’, selecionados entre os filiados na UN. Da sua missão faziam parte “o combate à imprensa inimiga, sob a forma de abstenção de compra e, sobretudo, de sistemática recusa de publicação de anúncios, assim como a propaganda da imprensa amiga, e em especial, a obtenção de novos assinantes e leitores do «Diário da Manhã»” (*id.*, p. 10).

### I.2.7. Organizações estrangeiras em Portugal

Durante a primeira metade do século XX as atividades do tipo-RP foram também desenvolvidas por organizações estrangeiras a operar em Portugal. A prática comunicacional do Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (BIBL) e das legações e embaixadas acreditadas em Portugal fez-se, sobretudo, no contexto das duas guerras mundiais, tendo uma visível afinidade com o fenómeno da propaganda bélica.

#### I.2.7.1. Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa

A Primeira Guerra Mundial colocou a questão da propaganda na ordem do dia, tendo as potências beligerantes desenvolvido variados esforços e iniciativas para ganhar este conflito também ao nível da opinião pública.

Exemplo da verdadeira batalha travada ao nível da propaganda foi a atuação do Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (BIBL), relativamente ao qual existe, porém, escassa informação, desconhecendo-se quem o dirigia e como o mesmo se enquadrava institucionalmente no esforço de propaganda britânico.

É, todavia, de supor que o BIBL estivesse ligado ao British War Propaganda Bureau, criado em 1914 por David Lloyd George e dirigido por Charles Masterman a partir da Wellington House (Taylor, 1999).

A sua atividade em Portugal encontra-se documentada entre 1917 – um ano após o País ter oficialmente entrado na Primeira Guerra Mundial – e 1918, consistindo na publicação de 170 brochuras e livros sobre a guerra, 89 das quais editadas logo em 1917.

---

<sup>169</sup> Instituto Nacional do Trabalho e Previdência.

Tais publicações foram inseridas numa coleção intitulada «Série de Notas Sobre a Guerra»<sup>170</sup>, através da qual o BIBL afirmava a posição política e militar britânica, contrariando a ideologia e as políticas, estratégias, táticas, comportamentos e propaganda alemãs. Outro dos objetivos observáveis nas referidas publicações era culpar a Alemanha pela guerra e desacreditar uma vitória alemã e a sua superioridade militar<sup>171</sup>. Procurava-se também subtrair qualquer legitimidade à guerra empreendida pela Alemanha:

É cruel o processo de desilusão por que está passando o povo alemão, pois é um povo essencialmente comercial. A guerra, como tinha sido planeada pela Alemanha, era um puro negócio, preparado para enriquecer a Alemanha e espoliar os seus vizinhos e concorrentes; a guerra foi sempre considerada pelo Estado alemão como sendo um bom negócio (BIBL, 1917a: 3).

Integrava a referida coleção uma publicação denominada *A Propaganda dos Beligerantes*. Editada em 1917, tinha como propósito desmontar os argumentos da propaganda alemã, face às vitórias dos aliados, revelando a manipulação que lhe estava inerente (BIBL, 1917c). Já a manipulação que os Ingleses faziam no âmbito da sua propaganda foi omitida desta obra, mas pode aferir-se através de uma brochura publicada pelo BIBL em 1917, na qual se compararam os conceitos de império da Grã-Bretanha e da Alemanha (BIBL, 1917d). A propaganda Britânica apresentou, assim, a guerra como um conflito civilizacional entre os alemães, retratados como 'bárbaros', e os ingleses, descritos como 'evoluídos' e 'civilizados'.

Relativamente aos primeiros, veicularam tal adjetivação as brochuras *Um prisioneiro de guerra francês em Alemanha* (BIBL, 1918a), na qual se demonstrava como a Alemanha violava a Convenção de Haia e de Genebra relativa ao tratamento dos prisioneiros de guerra, *Os escravos negros da Prússia* (BIBL, 1918b), que transcreveu uma carta em que o bispo de Zanzibar denunciava as práticas de escravatura e tortura dos alemães na África Oriental, e *A selvajaria Germânica* (BIBL, 1918c), dedicada aos crimes de guerra alemães e dos seus aliados. Toda esta informação foi contrastada pela publicação de obras através das quais o BIBL louvou a postura britânica<sup>172</sup>.

---

<sup>170</sup> O facto das referidas brochuras terem sido publicadas pelo BIBL sem referência dos seus autores ou do seu título original, torna difícil definir se as mesmas provinham do grupo de escritores que trabalhavam para o WPB, nomeadamente Arthur Conan Doyle, Rudyard Kipling e John Buchan (Buitenhuis, 1988).

<sup>171</sup> Sobre esta questão, veja-se *A notável sobrevivência da marinha mercante britânica* (BIBL, 1917b), através da qual o BIBL contrariou a propaganda alemã sobre o sucesso na destruição de navios mercantes ingleses

<sup>172</sup> Vejam-se, por exemplo, *O progresso científico da Inglaterra* (BIBL, 1918d), *A força viril em Inglaterra* (Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa, 1918e) e *A supremacia aérea da Grã-Bretanha* (BIBL, 1918f).

### I.2.7.2. Legações e Embaixadas acreditadas em Portugal

As práticas e atividades de tipo-RP foram aplicadas no período em análise pelos adidos de imprensa das legações e embaixadas acreditadas em Portugal. O estudo do fenómeno é, todavia, não só incipiente como também prejudicado pela escassa documentação disponível, o que torna difícil conceber, com total rigor, um quadro completo sobre o estabelecimento e o desenvolvimento de tal função nas diversas missões diplomáticas.

Não obstante, o surgimento dos primeiros adidos de imprensa parece remontar a 1938, ano em que Marcus Cheke (1906-1960) iniciou o desempenho de tal cargo na embaixada da Grã-Bretanha em Lisboa<sup>173</sup> (MNE, 1942) e Leo Negrelli (?-1974) assumiu funções na legação da Itália (MNE, 1942). Também em 1938, pelo menos desde Junho, encontrava-se já em serviço na legação da Alemanha em Lisboa o adido de imprensa Wilhelm Berner<sup>174</sup> (“O sábio alemão Dr. Frobenius”, 1938).

A emergência dos adidos de imprensa no período imediatamente anterior à eclosão da Segunda Guerra Mundial – especificamente em 1938, ano em a Alemanha anexou a Áustria e em que Neville Chamberlain ordenou o rearmamento britânico em função do falhanço da Conferência de Munique<sup>175</sup> –, bem como de outras instituições de propaganda<sup>176</sup>, indicia que a sua nomeação decorreu das batalhas de propaganda e contra propaganda que se

---

<sup>173</sup> Note-se, porém, que Marcus Cheke já se encontrava ao serviço na referida embaixada desde pelo menos 1931, desempenhando as funções de Adido honorário (Ministério dos Negócios Estrangeiros, 1932).

<sup>174</sup> A chegada de Wilhelm Berner a Portugal não é fácil de determinar, mas deverá ter ocorrido nos anos 1930 já que, pelo menos, desde agosto de 1934, o mesmo surgia noticiado como “representante da imprensa nacional-socialista alemã” (“O prof. dr. Rudolph Bauer”, 1934: 1). Segundo Ninhos (2010), Wilhelm Berner era também nesse ano secretário do Grémio Luso-Alemão e foi, antes de 1936, chefe do Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP) em Portugal, função que acumulava com a de adido de imprensa,

<sup>175</sup> Telo (1990) situa precisamente na crise de Munique o princípio de uma nova fase na propaganda britânica, indicando que a BBC iniciou nesse ano as emissões em idioma estrangeiro, tendo o idioma português sido usado a partir de 1939.

<sup>176</sup> Refira-se que foi também em 1938 que se estabeleceu em Portugal a Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr (RDV) (Strasen e Gândara, 1944) instituição representante dos caminhos de ferro alemães e que desempenhou “um papel importante enquanto instrumento de propaganda” (Pimentel, 2013: 36), sendo comparável às Casas de Portugal estabelecidas pelo governo português (Schwarz, 2006). A RDV era representada em Portugal por Ernst August Strasen, dispoendo de um gabinete de informações instalado na esquina da Rua Garrett com a Rua do Carmo, em Lisboa. Entre as atividades de propaganda desenvolvidas contam-se a publicação de um boletim cultural informativo de periodicidade semanal, o recurso à radiodifusão, a distribuição de ilustrações e de filmes, nomeadamente junto do Colégio Alemão de Lisboa, a organização de exposições e até o estabelecimento de relações com a imprensa, em colaboração com o adido de imprensa da Legação Alemã (Schwarz, 2006).

desenhavam num horizonte próximo e que vieram a ser travadas entre as nações beligerantes, nomeadamente em Portugal.

Demonstra-o, porventura, a participação de Marcus Cheke na deslocação a Londres promovida, em julho de 1939, pelo British Council<sup>177</sup> e pelo SPN, no âmbito da qual um grupo de 14 jornalistas portugueses visitou, nomeadamente, uma fábrica de aviões de guerra e uma escola de aviação (“A visita dos jornalistas portugueses a Inglaterra”, 1939)<sup>178</sup>. O propósito de propaganda bélica desta iniciativa é suportado não só pela inclusão de fábricas de material de guerra no roteiro da comitiva, mas também pelo conteúdo dos artigos publicados pelos repórteres (Portela, 1939)<sup>179</sup>.

Por outro lado, a deflagração e o desenvolvimento da Segunda Guerra Mundial – e a importância estratégica de Portugal<sup>180</sup>, apesar de ser um país neutro no conflito<sup>181</sup>, mas que a determinado momento colaborou, em simultâneo, com os aliados e com as forças do Eixo – terá correspondido, de facto, a um maior investimento dos países beligerantes nos seus adidos de imprensa em Portugal, fenómeno perceptível pela acrescida presença destes funcionários – enquanto sujeitos de notícias – nas páginas dos jornais portugueses<sup>182</sup>.

<sup>177</sup> Estabelecido em Portugal em 1938, como forma de contrariar a propaganda do Eixo (Pimentel, 2013).

<sup>178</sup> Contavam-se entre eles Acúrcio Pereira (chefe de redação de *O Século*), Artur Portela (*Diário de Lisboa*) e João Ameal (*Diário de Notícias*). A visita incluiu também a BBC (“Uma visita à BBC”, 1939).

<sup>179</sup> Portela (1939), por exemplo, escreveu no primeiro artigo que enviou de Londres que a “Inglaterra arma-se formidavelmente! Mil aviões por mês!” (p. 4).

<sup>180</sup> Weber (2012) nota que “os bens estratégicos de Portugal – localização atlântica, porto aberto, possessões ultramarinas – tornavam-no um campo de batalha especialmente disputado” (p. 261) pela propaganda. Telo (1990), por seu lado, enquadrado na guerra de espionagem que se travou em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial a necessidade que os beligerantes tinham de obter apoios em Portugal: “ambos sabiam que os apoios dependiam da imagem que tivessem nos diferentes públicos, e esta era formada essencialmente por um fator: os recursos empenhados na propaganda” (p. 11). Sobre a contenda propagandística deu testemunho Paço d’Arcos (1979) quando em 1949, referindo-se aos anos da Segunda Guerra Mundial, escreveu na resenha de imprensa do MNE: “Ao dobrar de mais um ano recorda o signatário tantas e tão tumultuosas vozes de imprensa ou de informação que ecoaram nesta «Resenha» e que se perderam na marcha do tempo: jornais franceses ou belgas extintos pelo labéu de colaboracionistas, jornais alemães, comunicados da D.N.B. ou do Boletim da Legação da Alemanha, em que vitoriosa se repercutia a vontade do *Fuhrer*; comunicados da Legação do Japão, editoriais do *Giornale d’Italia*, na era mussoliniana” (p. 202).

<sup>181</sup> Relativamente à questão dos países neutrais, Ninhos (2013) refere que segundo Joseph Goebbels (Ministro do Reich para o Esclarecimento Popular e Propaganda) a propaganda alemã devia ser primordialmente dirigida aos povos dos países neutrais. Tal posição explica, eventualmente, a ação de Wilhelm Berner em Portugal.

<sup>182</sup> Constituíram notícia as suas viagens (“Wilhelm Berner”, 1942), conferências (“Uma conferência do sr. Marcus Cheke no Club Inglês”, 1942), eventos (“Legação da França”, 1944), participação em eventos públicos (“Douglas Brown”, 1942; “O 1.º aniversário da Rádio-Roma”, 1942), empossamento (“Enzo Bolasco”, 1941), desenvolvimento de funções (Martinho, 1944), cessação de funções (“O adido de imprensa da embaixada

Dos adidos de imprensa que estavam ativos em Portugal durante o referido período faziam parte, além dos anteriormente referidos e de outros<sup>183</sup>, Aron Cotrus<sup>184</sup> e Mircea Eliade<sup>185</sup> (embaixada da Roménia), José Cesário Alvim<sup>186</sup> (legaço do Brasil), Enzo Bolasco<sup>187</sup> (legaço de Itália), Henry Leverich<sup>188</sup> e Samuel Iams Jr.<sup>189</sup> (embaixada dos EUA), Don Javier Martínez de Bedoya<sup>190</sup> (embaixada de Espanha), Marcel Dany (Legação da República Francesa), Michael Stewart<sup>191</sup> (embaixada Britânica) e Gussman<sup>192</sup> (Legação da Alemanha).

O seu background profissional envolvia o jornalismo, como era o caso de José Cesário Alvim<sup>193</sup> (Raimundo, 2015) e de Samuel Iams Jr. (1910-1990)<sup>194</sup>, acumulando alguns deles o cargo de adido de imprensa com a direção de agências de informação. Assim sucedeu com

---

americana despediu-se”, 1945) ou homenagens e celebrações (“Acontecimentos vários”, 1942; “A homenagem ao adido de imprensa americano”, 1945; “A homenagem de ontem ao adido de imprensa”, 1945; “A homenagem ao adido de imprensa dos Estados Unidos”, 1945).

<sup>183</sup> Cf. DGARQ, EPJS – 3945 – Pasta Abril. 1945 a Março 1946, doc. 296, de 20/09/1945, a Legação da Suécia possuía em Setembro de 1945 um adido de imprensa, o qual se relacionava com a imprensa portuguesa. Também a Legação do Japão possuiria um adido de imprensa, a avaliar pelo jantar que o ministro do Japão ofereceu em novembro de 1945 “em honra de diversos jornalistas” (“Um jantar na Legação”, 1940: 16) e pelos comunicados nipónicos que Paço d’Arcos (1979) referiu nas suas memórias relativas aos anos 1940.

<sup>184</sup> Foi substituído por Mircea Eliade em 1941.

<sup>185</sup> Para um maior detalhe da sua actuação em Portugal entre 1941 e 1945, veja-se Eliade (2008) e Fina (2013).

<sup>186</sup> Sobre a atividade de Cesário Alvim, veja-se Martinho (1944), que referiu que “Cesário Alvim, dos serviços de Imprensa, vê todos os dias os jornais e dá conta do intercâmbio luso-brasileiro” (p. 16).

<sup>187</sup> Assumiu funções em junho de 1941 (“Enzo Bolasco”, 1941; “Acontecimentos vários”, 1942).

<sup>188</sup> Telo (1990) refere que o primeiro adido de imprensa dos EUA em Portugal foi Henry Leverich, que iniciou funções em 1942, data em que abriu também no País o gabinete de imprensa americano.

<sup>189</sup> Samuel Iams Jr. terá sucedido a Henry Leverich. Foi assistido a partir de maio de 1945 pelos “jornalistas srs. Joseph Rosapepe, chefe dos serviços redatoriais da secção de Imprensa daquela embaixada, e Robert Rendueles, adjunto do adido” (“Embaixada dos Estados Unidos”, 1945: 1). Sobre o seu desempenho deu nota Rendueles, que lhe sucedeu, tendo afirmado que “em Washington, no Departamento Americano de Guerra, os serviços de Imprensa em Portugal eram citados como exemplo desde que o Sr. Samuel Iams Jr. os estava a dirigir” (“O adido de imprensa da embaixada americana despediu-se dos seus colaboradores”, 1945: 8).

<sup>190</sup> Iniciou funções em Lisboa em fevereiro de 1944 (Preston, 2006).

<sup>191</sup> Michael Stewart terá sucedido em 1942 a Marcus Cheke (cf. DGARQ/EPJS – 3942 – Pasta Fev. a Set. 1942, doc. 354, de 04/05/1942), que permaneceu, porém, na embaixada até 1945, com o posto de primeiro secretário.

<sup>192</sup> Gussman era “adjunto dos serviços de Imprensa da legação da Alemanha” (“Maurício de Oliveira”, 1939: 13).

<sup>193</sup> De acordo com Raimundo (2015), na sequência do Acordo Cultural Luso-Brasileiro, assinado em 1941 por António Ferro (SPN) e por Lourival Fontes, diretor do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), do Brasil, José Cesário Alvim assumiu a partir de 1942 a representação do DIP junto do SPN, em Lisboa.

<sup>194</sup> Trabalhara previamente como repórter dos jornais britânicos *Daily Mail* e *The Daily News* e também da revista norte-americana *Newsweek*.

Wilhelm Berner, diretor da delegação portuguesa da DNB - Deutsche Nachrichtenbüro<sup>195</sup> (Ninhos, 2010; Pimentel, 2013), com Enzo Bolasco, diretor da agência italiana Rádio Roma (“O 1.º aniversário da Rádio-Roma”, 1942), e com Marcel Dany, correspondente geral da Agência Havas em Portugal (“Marcel Dany”, 1939) e diretor do Office Français d’Information (OFI), que sucedeu à Havas a partir de 1940<sup>196</sup>.

A atividade desenvolvida pelos adidos de imprensa, que se encontra largamente por estudar em Portugal, incluía a relação institucional com órgãos do Estado, nomeadamente as comissões de censura (Telo, 1990; Weber, 2012), e, principalmente, com os jornalistas. Esta última visava a difusão ou supressão<sup>197</sup> de notícias, com incidência nos interesses económicos, políticos, turísticos e culturais de cada país e também nas personalidades nacionais consideradas relevantes<sup>198</sup>. Operacionalmente, materializava-se na influência direta de jornalistas e diretores de periódicos (Telo, 1990), na redação de artigos para envio à Imprensa<sup>199</sup> ou para inserção em revistas estrangeiras<sup>200</sup>, na oferta e na disponibilização de publicações<sup>201</sup> ou de fotografias<sup>202</sup>, na resposta a solicitações dos jornalistas<sup>203</sup>, na oferta

<sup>195</sup> A agência noticiosa alemã foi fundada em Berlim em 1933 e dois anos depois abriu uma representação em Lisboa (Schwarz, 2006). Segundo Strasen e Gândara (1944), a DNB operou através da “difusão de notícias jornalísticas alemãs em Portugal e portuguesas na Alemanha” (p. 461), sendo dirigida em Lisboa por Wilhelm Berner. De acordo com Weber (2012), a DNB “recrutava muito do seu pessoal entre os jornalistas portugueses, ganhando em troca uma vantagem ao colocar histórias favoráveis nos jornais e revistas locais” (p. 266).

<sup>196</sup> No final dos anos 1930, Marcel Dany fora presidente do Centro da Imprensa Estrangeira (“Na Legação da Alemanha”, 1937; “O Sr. Presidente da República visitou”, 1938).

<sup>197</sup> Weber (2012) nota como Marcus Cheke agiu junto do periódico *Anglo-Portuguese News* para evitar a publicação de notícias sobre as atividades dos duques de Windsor quando da sua estada em Portugal em 1940.

<sup>198</sup> Isso mesmo se depreende do testemunho de Mircea Eliade (1907-1986) a propósito do trabalho que realizou, em julho de 1941, para promover o jornalista romeno Pamfil Seicaru: “Insisti que se publicasse o maior número de informações e comunicados sobre a visita dele a Portugal. Providenciei que fizesse declarações à imprensa. Tudo o que nos pode servir é bom” (Eliade, 2008: 41).

<sup>199</sup> Cf. DGARQ/EPJS – 3945 – Pasta Abril de 1946 a Agosto de 1946, doc. 152, de 6/6/1946, G. M. F. Stow cedeu a *O Século* um artigo para ser utilizado por aquele jornal, em Junho de 1946, por ocasião da celebração do dia da Vitória.

<sup>200</sup> Telo (1990) ilustra estas ações com o comunicado que o Serviço de Informação e de Imprensa da Legação da República Francesa em Portugal inseriu, em 1940, na revista *Match*.

<sup>201</sup> Ilustra esta faceta a oferta de brochuras e a cartazes que Marcel Dany fez ao jornal *O Século* em abril de 1940 (cf. DGARQ/EPJS – 3940 – Pasta Out. de 1939 a Abril de 1940, doc. 22, de 09/04/1940). Refira-se também o calendário enviado a este mesmo jornal, em fevereiro de 1943, por parte do Serviço Alemão de Informações (cf. DGARQ/EPJS – 3943 – Pasta Dez. de 1942 a Set. de 1943, doc. 12, de 10/02/1943).

<sup>202</sup> A título de exemplo, Stephen Alexander Lockhart, adido de imprensa da Embaixada Britânica, enviou em março de 1945 a *O Século Ilustrado* um artigo e algumas fotografias sobre a paisagem britânica (cf. DGARQ/EPJS – 3944 – Pasta Abril de 1944 a Abril de 1945, doc. 390, de 12/03/1945). A resposta que obteve de *O Século Ilustrado* denota que tais contributos eram apreciados, ainda que sujeitos aos critérios de publicação da

de cursos<sup>204</sup>, no apoio a repórteres e fotógrafos de passagem por Portugal<sup>205</sup>, no convite de jornalistas portugueses para se deslocarem ao estrangeiro e vice-versa<sup>206</sup> e na organização de conferências de imprensa<sup>207</sup> e de receções à imprensa (“Um jantar na legação do Japão”, 1940; “Legação Francesa”, 1944). Alguns adidos de imprensa participavam igualmente em palestras – de que é exemplo a que Marcus Cheke protagonizou em 1942 no Club Inglês<sup>208</sup> – e promoviam a distribuição de publicações<sup>209</sup>. Também o cinema era utilizado como veículo de comunicação<sup>210</sup>, nomeadamente pela embaixada britânica (“Uma sessão de cinema na embaixada britânica”, 1945), que recorria para o efeito ao seu cinema privado, o Estrela Hall (Telo, 1990), e, especialmente, pela embaixada dos EUA<sup>211</sup>. Relativamente às

---

revista (cf. DGARQ /EPJS – 3944 – Pasta Abril de 1944 a Abril de 1945, doc. 391, de 13/03/1945). O mesmo Michael Stewart já em julho de 1942 tinha oferecido a *O Século* fotografias da Rússia (cf. DGARQ /EPJS – 3942 – Pasta Fev. a Set. 1942, doc. 126, de 30/07/1942).

<sup>203</sup> Ilustra-o o pedido que *O Século* dirigiu em maio de 1943 a Michael Stewart, solicitando-lhe fotografias alusivas à Batalha de França (cf. DGARQ/EPJS – 3942 – Pasta Fev. a Set. 1942, doc. 354, de 04/05/1942).

<sup>204</sup> Weber (2012) refere que “para os jornalistas que o desejassem, os alemães forneciam cursos grátis” (p. 266).

<sup>205</sup> No Verão de 1942 o fotógrafo Cecil Beaton deslocou-se a Lisboa em missão de propaganda, tendo contado com o apoio logístico de Marcus Cheke, que lhe serviu de guia (Weber, 2012).

<sup>206</sup> Ninhos (2013) evidencia como as “autoridades nazis” (p. 378) convidaram jornalistas portugueses para viajarem até à Alemanha, o que teve início logo em 1933, com a deslocação de Torres de Carvalho (Carvalho, 1933) e de Metzner Leone (Leone, 1941). Numa delas, realizada em 1939, a propósito da Exposição do Livro Português na Biblioteca de Berlim, participou Wilhelm Berner, que acompanhou os jornalistas portugueses (Ninhos, 2010). Da mesma forma, a DNB convidou também jornalistas alemães a deslocarem-se a Portugal (Schwarz, 2006). Do lado aliado, como notámos anteriormente, também Marcus Cheke “dirigia grupos de jornalistas portugueses em visitas a Inglaterra” (Weber, 2012: 268).

<sup>207</sup> De acordo com Weber (2012), em julho de 1940 a embaixada britânica realizou uma conferência de imprensa para anunciar a partida de Lisboa dos duques de Windsor.

<sup>208</sup> Subordinada ao tema «O que eu vi em Inglaterra» (“Uma conferência do sr. Marcus Cheke no Club Inglês”, 1942: 2), serviu para comunicar o clima de confiança que se vivia em Inglaterra.

<sup>209</sup> Telo (1990) demonstra como o adido de imprensa da Embaixada Britânica intervinha na distribuição de publicações por diversos pontos de Portugal, as quais era expostas, por exemplo, em montras de lojas.

<sup>210</sup> Pimentel (2013) refere que as salas de cinema foram “locais privilegiados de difusão de propaganda” (p. 78) pelos serviços de propaganda dos beligerantes. Referindo-se à propaganda alemã, Ninhos (2013) sublinha que “Eram também exibidos documentários que, de forma subtil, difundiam mensagens de propaganda. Circulavam ainda pequenos filmes dirigidos a militares, engenheiros e médicos, o que corrobora a ideia de que o meio intelectual e científico foi o privilegiado pela propaganda alemã para o estabelecimento de contactos” (p. 378). Em face da escassez de investigação específica, não é, contudo, possível estabelecer uma relação direta de tais iniciativas à ação dos adidos de imprensa, atendendo a que diversas instituições e entidades se encarregavam da propaganda de ambos os lados beligerantes (Telo, 1990; Pimentel, 2013).

<sup>211</sup> Com efeito, durante o período de atividade de Samuel Iams Jr. foram projetados diversos filmes, em sala própria existente para o efeito na embaixada dos EUA, tendo participado no seu visionamento as coletividades de educação, recreio e desporto (“A homenagem ao adido de imprensa americana”, 1945).

revistas de propaganda subsidiadas tanto pela Alemanha como pela Inglaterra e produzidas ou distribuídas em Portugal (Pimentel, 2013; Ninhos, 2013), não é clara a ligação dos adidos de imprensa com as mesmas<sup>212</sup>, embora existam indícios de tal ter sucedido<sup>213</sup>, tal como não o é com os livros da autoria de historiadores portugueses que a Alemanha utilizou para “divulgar teses e documentos contra a aliança inglesa e salientar os ‘males’ que tem provocado secularmente a Portugal” (Telo, 1990: 37) e com a propaganda negra.

Estruturalmente, alguns adidos de imprensa estavam integrados em gabinetes de imprensa, que dirigiam nas respetivas embaixadas, constituindo exemplos o Serviço de Informação da legação da Alemanha (SILA)<sup>214</sup>, a Secção de Imprensa da Embaixada Britânica (SIEB)<sup>215</sup> e o Serviço de Informação e Imprensa da Legação da República Francesa em Portugal (SIILRFP). Tais serviços foram centrais na propaganda de guerra, ainda que não em exclusivo<sup>216</sup>, tendo, no caso alemão e britânico, operado na área da

<sup>212</sup> Segundo Telo (1990) a Alemanha iniciou em 1933 a publicação de revistas em idiomas estrangeiros, circulando em Portugal tanto revistas feitas no exterior – *Sinal* (em português), *Der Adler* (castelhano) e *Junges Europa* – como no País, como era o caso de *A Esfera*, dirigida pelo jornalista Félix Correia. A mesma estratégia editorial foi seguida pela propaganda britânica (Telo, 1990), que fazia circular em Portugal revistas inglesas escritas em português – sendo a principal a *Guerra Ilustrada* – e financiava dois periódicos produzidos localmente e por portugueses: a revista *Mundo Gráfico* e o jornal *Anglo Portuguese News*.

<sup>213</sup> Cf. DGARQ/SGPCM, Ga. Presidente, Cx. 61, proc. 508/33, n.º 7, fl. 2, a participação de Wilhelm Berner na *Sinal* é dada pelo contacto que aquele fez em outubro de 1941 com o SPN no sentido de solicitar uma declaração de Salazar para inserir na referida revista.

<sup>214</sup> Relativamente ao SILA, não foi possível apurar a participação de Wilhelm Berner no mesmo. As informações sobre a sua direção são, aliás, contraditórias. Com efeito, Schwarz (2006) refere-se ao serviço de imprensa da Legação da Alemanha, afirmando que era chefiado pelo Dr. Wilhelm Klein, chanceler da referida Legação. Araújo (2010), por seu lado, atribui ao mesmo Dr. Wilhelm Klein a direção do Serviço de Propaganda da Legação alemã. A confusão pode advir de nos anos 1940 surgirem referenciados no mesmo edifício o SILA e o Serviço Alemão de Informações (SAI), que seriam, eventualmente, entidades diferentes.

<sup>215</sup> Sobre a dimensão do SIEB deu nota (Weber, 2012), indicando que a embaixada britânica tinha ao seu serviço “um assessor de imprensa com um escritório de quarenta pessoas” (p. 278).

<sup>216</sup> Ninhos (2013) refere que a propaganda alemã era “difundida e organizada, sobretudo, a partir da Legação alemã de Lisboa” (p. 375), mas que intervinham também outras entidades, nomeadamente o Grémio Luso-Alemão, a Kraft durch Freude (KdF), a Escola Alemã de Lisboa, a RDV (Cf. , DGARQ/EPJS – 3942 – Pasta Fev. a Set. 1945, doc. 137, de 20/07/1942, carta da RDV a *O Século*, enviando duas fotografias para publicação naquele jornal), o NSDAP e a Igreja Evangélica Alemã. Tanto estas entidades como a colaboração da Legação com o SPN/SNI foram responsáveis pela realização em Lisboa de diversos eventos culturais de âmbito propagandístico, incluindo as exposições «Portugal visto por nós» e «Nova arquitetura alemã», e os concertos da Orquestra Filarmónica de Berlim, dirigida pelo maestro Karl Böhm, em Maio de 1941. Quanto à propaganda da Inglaterra em Portugal, Telo (1990) refere, por exemplo, o papel do Ministry of Information (MOI) e do Foreign Office (FO) e também das empresas britânicas. Já Barros (1989) refere que a propaganda inglesa foi inicialmente realizada pelo British Council e pela BBC, salientando que tanto a propaganda alemã

rádio<sup>217</sup> e sido autores de uma série de brochuras de propaganda publicadas a partir de 1940<sup>218</sup> e também de boletins semanais de informações. Destinados à imprensa portuguesa, mas também a públicos específicos e ao grande público (Telo, 1990; Pimentel, 2013), atingindo tiragens avultadas<sup>219</sup>, os boletins exprimiam as políticas de comunicação dos dois blocos beligerantes<sup>220</sup>, visando afirmar a supremacia de cada um dos beligerantes – tanto a nível militar como político, económico e moral – e, simultaneamente, desacreditar e diminuir o seu inimigo.

---

como a inglesa foram incrementadas a partir do Verão de 1940, na sequência da ocupação da França pela Alemanha.

<sup>217</sup> Telo (1990) refere que a “Alemanha tinha instalado na sessão [sic] de imprensa da Delegação em Lisboa um emissor que interferia com o noticiário da BBC numa ampla zona” (p. 78).

<sup>218</sup> Das publicações britânicas, vejam-se, entre outras, *A guerra submarina* (Serviços de Imprensa e Informação da Embaixada Britânica, 194-), *A Alemanha e a terra* (Serviços de Imprensa e Informação da Embaixada Britânica, 194-) e *Bombardamentos aéreos: os factos* (Serviços de Imprensa e Informação da Embaixada Britânica, 1940). Das publicações alemãs, notem-se, entre outras, *O golpe de Inglaterra contra a Noruega* (Serviço de Informação da Legação da Alemanha, 1940) e *A traição soviética: proclamação do Führer dirigida ao povo Alemão e nota do Ministério dos Negócios Estrangeiros do Reich dirigida ao Governo Soviético, com três anexos* (Serviço de Informação da Legação da Alemanha, 1941).

<sup>219</sup> Segundo Weber (2012), o “boletim noticioso emitido pelo gabinete de imprensa da embaixada britânica atingiu uma circulação mensal de 74 000 exemplares” (p. 284).

<sup>220</sup> Telo (1990) salientou as diferenças entre a propaganda alemã, britânica e norte-americana. A primeira, teve três fases distintas, definidas pelo antes o durante e o pós intervenção militar na URSS, às quais corresponderam diferentes mensagens. Caracterizou-se por ser “uma propaganda dirigida, que visava em regra públicos pequenos e selecionados (...). Os públicos mais procurados eram os militares e as forças da ordem, os meios universitários e técnicos e as finanças. Eram também visados os jornalistas e artistas” (pp. 38-39). Tal configura, segundo Ninhos (2013), uma propaganda “dirigida sobretudo às elites, até porque a esmagadora maioria da população portuguesa era analfabeta e quem detinha o poder era, sem dúvida, a elite” (p. 385), conforme já notara Barros (1989). De acordo com Telo (1990), a propaganda alemã estava “adaptada à mentalidade portuguesa” (p. 49), o que se enquadrava, de acordo com Ninhos (2013), nas ideias propagandísticas de Goebbels, que em 1935 defendera que “um trabalho bem-sucedido consiste num conhecimento fundamentado do povo, sobre o qual a propaganda deve ser estendida” (p. 373). Relativamente à estratégia da propaganda inglesa, Telo (1990) identificou também três fases – defensiva (até 1942), relativo equilíbrio (até 1943) e ofensiva – às quais corresponderam diferentes tipologias de mensagens. Ao nível das relações com a imprensa, o autor salientou que os britânicos deram “especial atenção aos órgãos regionais” (p. 62). Já a propaganda norte-americana, que só se desenvolveu em Portugal a partir de 1942 (Telo, 1990), utilizou sobretudo a rede inglesa, mas sem se verificar inicialmente a existência de “uma ‘linha de propaganda’ americana para Portugal” (p. 74). Tal cenário só se inverteu a partir de 1943, ano em que a propaganda norte-americana se autonomizou, privilegiando mensagens como “a importância dos EUA no mundo futuro e a criação de organizações internacionais que o devem orientar, dentro de uma perspetiva muito idealista e wilsoniana” (p. 74).

Comum aos boletins alemães e britânicos foi o eixo de comunicação baseado na aproximação da guerra a Portugal, no qual se explorava, não obstante a neutralidade do País, a ameaça representada pelo inimigo. Neste âmbito, duas das questões colocadas, em 1942, pelo boletim semanal do SILA foram a possível ocupação dos Açores pelos aliados (“Vontade não lhes falta!”, 1942) e a criação, pelos norte-americanos, de uma nação ibérica, levando ao fim do império português<sup>221</sup>. Seguindo a mesma linha de comunicação, que evidencia um profundo conhecimento das questões fraturantes na sociedade portuguesa da época e deveras delicadas para o regime político vigente em Portugal<sup>222</sup>, os boletins do SILA brandiram também o possível domínio da península ibérica pelo comunismo<sup>223</sup>. Tal ficou patente num artigo publicado em fevereiro de 1943, data da etapa final da Batalha de Estalinegrado:

No seu discurso de 5.<sup>a</sup> feira, o ditador do Kremlin, salientou novamente as suas ambições: Com a vitória do exército vermelho este não se deterá em Berlim nem no Reno, mas irá até às costas do Atlântico, e só descansará à sombra das oliveiras (“Estaline e os olivais ibéricos”, 1943: 1).

O argumento da ameaça à independência de Portugal ficou igualmente expresso no *Boletim de Informações* da Embaixada Britânica, que afirmava, por exemplo, que “são os próprios alemães quem confessa que na Europa nazificada não haverá lugar para as pequenas nações livres e independentes!” (“O Reich e as pequenas nações”, 1943: 1). Por outro lado, a propaganda britânica expunha também o desrespeito da ocupação alemã para com as edificações cristãs, explorando, porventura, o impacto que tal podia ter na sociedade portuguesa da época<sup>224</sup> (“Vandalismo”, 1942: 2).

---

<sup>221</sup> A este propósito, um dos boletins emitidos pelo SILA afirmava que a “Espanha e Portugal serão reunidos numa república ibérica, sendo sintomático que, no mapa de “mister” Renner, a côr dos dois países ibéricos seja a mesma da União Soviética” (“Um americano vê o futuro de Portugal, 1942: 1).

<sup>222</sup> Tal como notámos e foi referido por Telo (1990), a propaganda alemã mostrou “compreender a mentalidade portuguesa melhor que a própria Inglaterra e tocando com grande tato nos pontos sensíveis” (p. 38).

<sup>223</sup> Sobre esta questão, veja-se o pedido que Wilhelm Berner endereçou em outubro de 1941 ao SPN, solicitando uma frase de Salazar “acerca da ideia comunista” (Cf. DGARQ/SGPCM, Ga. Presidente, Cx. 61, proc. 508/33, n.º 7, fl. 2), para publicação na revista alemã *Sinal*. Veja-se também Pimentel (2013), que refere que “a partir de 1934, Salazar passou a erigir o comunismo como inimigo principal, após a derrota dos revirralhistas e dos anarco sindicalistas, à sua esquerda, e os nacionais-sindicalistas, à sua direita” (p. 30).

<sup>224</sup> Esta linha de comunicação está de acordo com a fase de equilíbrio relativo que Telo (1990) atribui à propaganda inglesa a partir de meados de 1942: “os aliados defendem a religião e os valores ocidentais, de modo a tentar combater a campanha alemã contra o avanço soviético” (p. 53). Essa mesma questão foi abordada no mesmo período pelas publicações *Mundo Gráfico* e *Anglo Portuguese News* (Telo, 1990).

No período imediato do pós-guerra, assistiu-se não só à renovação dos adidos de imprensa das embaixadas e legações referidas, mas também à nomeação de funcionários por parte de missões diplomáticas anteriormente desprovidas dos mesmos<sup>225</sup>.

Inserem-se no primeiro caso as mudanças efetuadas nas embaixadas dos EUA – Robert Rendueles<sup>226</sup>, que foi adido de imprensa entre maio de 1945 (“O embaixador americano”, 1945) e maio de 1946, foi sucedido por Joseph Piazza<sup>227</sup> e por Jay Castillo<sup>228</sup> – e da Grã-Bretanha, na qual colaboram, sucessivamente, Stephen Alexander Lockhart<sup>229</sup>, Horace Zino<sup>230</sup> (1912-1973), Geoffrey Montagu Fenwick Stow<sup>231</sup> e F. B. G. Bevan<sup>232</sup>.

No segundo caso, encontram-se as embaixadas do Perú, através de Alfredo Moreno Mendiguren (n. 1925), e da União da África do Sul, mediante J. H. O. Adendorff<sup>233</sup>, que terão desempenhado tais funções a partir de 1949 (MNE, 1950). Casos especiais foram os da Alemanha e do Japão, cujo corpo diplomático em Lisboa deixou a partir de 1945 de ser referenciado temporariamente pelo MNE (MNE, 1946)<sup>234</sup>.

<sup>225</sup> Note-se que não existem dados entre 1939 e 1945 pois nesses anos o MNE não publicou no *Anuário Diplomático e Consular Português* a lista do corpo diplomático acreditado em Lisboa.

<sup>226</sup> Rendueles organizou a secção Ibérica do Office of War Information, agência governamental criada em 1942 pelos EUA (Telo, 1990), tendo-se demitido das funções de adido de imprensa em 28 de maio de 1946 (“State Dept. Split”, 1946).

<sup>227</sup> Piazza surge como adido de imprensa da embaixada dos EUA em 1946 (MNE, 1947).

<sup>228</sup> Jay Castillo esteve ativo como adido de imprensa a partir de 1949 (MNE, 1950) e durante o início dos anos 1950 (cf. DGARQ/EPJS-3949- Pasta Set. 1950 a Jun. 1952, doc. 470 de 31/07/1951).

<sup>229</sup> Stephen Alexander Lockhart estava ativo como adido de imprensa da Embaixada Britânica em março de 1945 (cf. DGARQ/EPJS – 3944 – Pasta Abril de 1944 a Abril de 1945, doc. 390, de 12/03/1945; doc. 391, de 13/03/1945), tendo substituído nesse ano Marcus Cheke (Weber, 2012).

<sup>230</sup> Horace Zino surge como adido de imprensa da Embaixada Britânica pelo menos a partir de 1945 (MNE, 1946), estando a sua atividade documentada no ano de 1946 (cf. DGARQ/EPJS -3945-Pasta Abril de 1945 a Março de 1946, doc. 37, de 12/03/1946).

<sup>231</sup> É possível encontrar duas referências a G. M. F. Stow como adido de imprensa da Embaixada Britânica em junho de 1946 (cf. DGARQ/EPJS-3945 - Pasta Abril de 1946 a Agosto de 1946, doc. 152, de 06/06/1946; MNE,1947). Veja-se também Araújo (2010), que o referencia como sendo “um homem dos serviços secretos” (p. 33). De acordo com o autor, antes de ser adido de imprensa, Stow fora assistente do adido da Força Aérea na Embaixada Britânica em Lisboa, colaborando também com o SOE – Special Operations Executive.

<sup>232</sup> F. B. G. Bevan foi adido de imprensa pelo menos a partir de 1949 (MNE, 1950).

<sup>233</sup> Correia (2007) nota que a nomeação de um adido de imprensa para a embaixada da UAS em Lisboa ficou a dever-se a Julian Mockford, que nos anos 1940 era diretor de RP da Casa da África do Sul em Londres. Mockford propôs a criação de tal cargo num relatório secreto e confidencial de janeiro de 1949, considerando que “a promoção dos interesses da África do Sul em Portugal deviam ter preferência relativamente a qualquer trabalho de relações públicas na Holanda (...)” (*Id.*, p. 33).

<sup>234</sup> No caso germânico, tal ficou a dever-se ao facto do MNE ter deixado de reconhecer o governo alemão e a sua representação em Portugal, tendo ordenado a selagem dos edifícios diplomáticos alemães (Schwarz, 2006).

## BIBLIOGRAFIA

- A despedida do adido de imprensa dos Estados Unidos (1945, junho 9), *O Século Ilustrado*, (388), p. 14.
- A homenagem ao adido de imprensa americana (1945, maio 13), *O Século*, (22677), p. 2.
- A homenagem de ontem ao adido de Imprensa da Embaixada dos Estados Unidos (1945, maio 15), *O Século*, (22679), p. 8.
- A homenagem ao adido de imprensa dos Estados Unidos (1945, maio 19), *O Século Ilustrado* (385), p. 19.
- A obra da 'Propaganda'. Calúnias contra o nosso país (1909, fevereiro), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (2), p. 1.
- A obra da Propaganda (1910, maio), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (5), pp. 33-34.
- A todos os jornais (1909, fevereiro), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (2), p. 24.
- A visita dos jornalistas ingleses (1913, fevereiro e março), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (2 e 3), pp. 17-31.
- A visita dos jornalistas portugueses a Inglaterra (1939, agosto 12), *O Século Ilustrado*, (84), p. 12.
- Acciaiuoli, Margarida (2013), *António Ferro: A Vertigem da Palavra. Retórica, Política e Propaganda no Estado Novo*, Lisboa, Bizâncio.
- Acontecimentos vários (1942, julho 4), *O Século Ilustrado*, (235), p. 12.
- Araújo, Rui (2010), *O Império dos Espiões: Portugal na II Guerra Mundial*, Alfragide, Oficina do Livro.
- Asas sobre a cidade: Lisboa às portas do Mundo... (1939, Abril 15), *O Século Ilustrado*, (67), p. 15.
- Ataíde, José de (1927), "O Turismo Oficial em Portugal", *O Turismo em Portugal: Boletim de Informações da Repartição de Turismo*, (1), pp. 6-8.
- Baker, Bernard Granville (1912), *A Winter Holiday in Portugal*, London, Stanley Paul & C<sup>o</sup>.
- Baptista, César Moreira (1968), *Os prémios do Secretariado e a Política do Espírito*, Lisboa, SNI.
- Barreira, Cecília (1981), *Nacionalismo e Modernismo: de Homem Cristo Filho a Almada Negreiros*, Lisboa, Assírio e Alvim.
- Barros, Júlia Leitão de (1989), "Anglofilia e germanofilia em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial", em Maria Carrilho (org.), *Portugal na Segunda Guerra Mundial. Contributos para uma reavaliação*, Lisboa, Publicações D. Quixote.
- Braga, Ricardo (2005), "O Jornal Português (1938-1951): veículo de propaganda cinematográfica de um país nas margens da guerra", *Prisma.com* (online), (1), pp. 128-174. Disponível em <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/issue/view/N.%C2%BA%201>
- Brito, Sérgio Palma (2003), *Notas sobre a Evolução do Viajar e a Formação do Turismo* (Vols. 1 e 2), Lisboa, Medialivros.
- Buitenhuis, Peter (1988), *The Great War of Words: Literature as Propaganda, 1914-18 and After*, London, Batsford.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1917a), *A moralidade da Alemanha*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1917b), *A notável sobrevivência da marinha mercante britânica*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.

- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1917c), *A Propaganda dos Beligerantes*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1917d), *Contraste entre as ideias de Império da Grã Bretanha e da Alemanha*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1918a), *Um prisioneiro de guerra francês em Alemanha*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1918b), *Os escravos negros da Prússia*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1918c), *A selvajaria Germânica*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1918d), *O progresso científico da Inglaterra*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1918e), *A força viril em Inglaterra*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Bureau da Imprensa Britânica em Lisboa (1918f), *A supremacia aérea da Grã-Bretanha*, Lisboa, Typ. do Anuário Comercial.
- Carvalho, Torres de (1933), *Nazis: aspectos citadinos e políticos da Alemanha*, Lisboa, Henrique Torres.
- Castilho, Artur (1930), *O Orçamento do Ministério da Agricultura para 1926-1927*, Porto, Imprensa Moderna.
- Cole, Robert (1990), *Britain and the war of words in neutral Europe, 1939-45: the art of the possible*, London, Macmillan.
- Com sua esposa, chegou, ontem, a Lisboa.... (1929, agosto 8), *O Século*, (17032), p. 4.
- Correia, Paulo (2007), *Political relations between Portugal and South Africa from the end of the second World War until 1974*, Tese de Doutoramento em Literatura e Filosofia da História, Joanesburgo, Faculdade de Humanidades da Universidade de Joanesburgo.
- Costa, João Bénard da (1991), *Histórias do cinema*, Lisboa, Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Costa, Jorge Felner da (1951), “Passado, presente e futuro do turismo português”, *Panorama, Revista Portuguesa de Arte e Turismo* [série 2], (1), fls. 10-11.
- Costa, Leonildo de Mendonça e (1907, julho), “Apontamentos para a história da ‘Propaganda de Portugal’”, *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (1), pp. 1-5.
- Cruz, Manuel Braga da (1988), *O partido e o Estado no Salazarismo*, Lisboa, Presença.
- Decreto com força de lei de 16 de maio do Ministério do Fomento, *Diário do Governo*: I Série, n.º 115 (1911, maio 18).
- Decreto com força de lei de 26 de maio, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: I Série, n.º 132 (1911, junho 7).
- Decreto n.º 3902, de 9 de março da Presidência da República. *Diário do Governo*: I Série, n.º 46 (1918, março 9).
- Decreto n.º 4:151, de 25 de abril, do Ministério da Agricultura. *Diário do Governo*: I Série, n.º 88, 2.º Suplemento (1918, abril 26).
- Decreto n.º 4603, de 12 de julho, da Secretaria de Estado do Interior. *Diário do Governo*: I Série, n.º 157 (1918, julho 14).

- Decreto n.º 5:704, de 10 de maio, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: I Série, n.º 98, 10.º Suplemento (1919, maio 10).
- Decreto n.º 5:786, de 10 de maio, do Ministério do Comércio e Comunicações. *Diário do Governo*: I Série, n.º 98, 17.º Suplemento (1919, maio 10).
- Decreto n.º 5787-R, de 10 de maio, do Ministério do Interior. *Diário do Governo*: I Série, n.º 98, 20.º Suplemento (1919, maio 10).
- Decreto de 20 de maio, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: II Série, n.º 117 (1919, maio 22).
- Decreto n.º 7:027, de 15 de outubro, do Ministério da Agricultura. *Diário do Governo*: I Série, n.º 207 (1920, outubro 15).
- Decreto n.º 9:148, de 25 de setembro, do Ministério da Agricultura. *Diário do Governo*: I Série, n.º 205 (1923, setembro 25).
- Decreto n.º 12:824, de 30 de novembro, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: I Série, n.º 280 (1926, dezembro 15).
- Decreto n.º 16:822, de 2 de maio, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: I Série, n.º 101, Suplemento (1929, maio 6).
- Decreto n.º 20:212, de 13 de agosto, do Ministério da Agricultura. *Diário do Governo*: I Série, n.º 187 (1931, agosto 13).
- Decreto n.º 20:526, de 6 de novembro, do Ministério da Agricultura. *Diário do Governo*: I Série, n.º 266 (1931, novembro 18).
- Decreto n.º 21:608, de 20 de agosto, do Ministério do Interior. *Diário do Governo*: I Série, n.º 195 (1932, agosto 20).
- Decreto n.º 26:162, de 28 de dezembro, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: I Série, n.º 302 (1935, dezembro 28).
- Decreto n.º 29:970, de 13 de outubro, do Ministério dos Negócios Estrangeiros. *Diário do Governo*: I Série, n.º 240 (1939, outubro 13).
- Decreto n.º 30:320, de 19 de março, da Presidência do Conselho. *Diário do Governo*: I Série, n.º 65 (1940, março 19).
- Decreto n.º 36:702, de 30 de dezembro, do Ministério do Interior. *Diário do Governo*: I Série, n.º 302 (1947, dezembro 30).
- Decreto-lei n.º 23:054, de 25 de setembro, da Presidência do Conselho. *Diário do Governo*: I Série, n.º 218 (1933, setembro 25).
- Decreto-lei n.º 27:207, de 16 de novembro de 1936 do Ministério da Agricultura. *Diário do Governo*: I Série, n.º 269 (1936, novembro 16).
- Decreto-lei n.º 29:225, de 7 de dezembro, do Ministério das Obras Públicas e Comunicações - Administração Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones. *Diário do Governo*: I Série, n.º 283 (1938, dezembro 7).
- Decreto-lei n.º 33:545, de 23 de fevereiro, da Presidência do Conselho. *Diário do Governo*: I Série, n.º 37 (1944, fevereiro 23).
- Decreto-lei n.º 34:133, de 24 de novembro, da Presidência do Conselho. *Diário do Governo*: I Série, n.º 260 (1944, novembro 24).
- Decreto-lei n.º 34:134, de 24 de novembro, da Presidência do Conselho. *Diário do Governo*: I Série, n.º 260 (1944, novembro 24).

- De luto. Armando Boaventura (1959, fevereiro 4), *Diário de Lisboa*, (12 988), p. 14.
- Direção Geral dos Serviços Agrícolas (1949), *Palestras Lidas ao Microfone da Emissora Nacional de Radiodifusão durante a Campanha de Assistência à Vinicultura (Julho a Outubro de 1949)*, Lisboa, Serviço Editorial da Repartição de Estudos, Informação e Propaganda.
- Douglas Brown (1942, junho 6), *Diário de Lisboa*, (7017), p. 4.
- Eliade, Mircea (2008), *Diário Português (1941-1945)*, Lisboa, Guerra & Paz.
- Embaixada dos Estados Unidos (1945, maio 15), *O Século*, (22679), p. 1.
- Enzo Bolasco (1941, junho 11), *Diário de Lisboa*, (6663), p. 7.
- Estaline e os olivais ibéricos (1943, fevereiro 6), *Boletim Semanal*, (s.n.), p. 1.
- Ferro, António (1932a, outubro 31), “O ditador e a multidão”, *Diário de Notícias*, (23.977), p. 1.
- Ferro, António (1932b, novembro 21), “Política do espírito”, *Diário de Notícias*, (23.998), p. 1.
- Ferro, António (Ferro, 1932c, dezembro 19), “Notas à margem do discurso de 23 de Novembro”, *Diário de Notícias*, (24.025), pp. 1 e 4.
- Ferro, António (1932d, dezembro 20), “II. Na fronteira das ideias”, *Diário de Notícias*, (24.026), pp. 1 e 5.
- Ferro, António (1932e, dezembro 21), “III. A ditadura e o seu contacto com a nação”, *Diário de Notícias*, (24.027), pp. 1 e 2.
- Ferro, António (1932f, dezembro 22), “IV. A poesia dos números”, *Diário de Notícias*, (24.028), pp. 1 e 4.
- Ferro, António (1932g, dezembro 23), “V. Pequenas e grandes interrogações”, *Diário de Notícias*, (24.029), pp. 1 e 5.
- Ferro, António (1933a), *Salazar: o homem e a sua obra*, Lisboa, Empresa Nac. de Publicidade.
- Ferro, António (1933b, agosto 20), “Depois da conferência de Londres: nova entrevista com o Dr. Oliveira Salazar”, *Diário de Notícias*, (24.264), pp. 1 e 4.
- Ferro, António (1935), *A política do espírito e os prémios literários do S.P.N.: Discurso*, Lisboa, Secretariado da Propaganda Nacional.
- Ferro, António (1943), *Dez anos de política do espírito. 1933-1943*, Lisboa, SPN.
- Fina, Rosa (2013), *Mircea Eliade em Portugal (1941-1945)*, Parede, Pearlbooks.
- Garnel, Maria R. L. (2004). *A República de Sebastião de Magalhães Lima*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Gomes, Mário de Azevedo (1915), “A universidade americana nas suas relações com o público: a obra da extensão universitária e os progressos da agricultura”, *Revista Agronómica*, 2, (17-20), pp. 206-233.
- Gomes, Mário de Azevedo (1924), *Dois Meses no Ministério da Agricultura*, Lisboa, «Seara Nova».
- Gomes, Mário de Azevedo (1928, outubro 1), “A Terra Portuguesa nos seus Aspectos Culturais. X – Cultura Cerealífera – O Comboio do Trigo”, *Ilustração*, (67), p. 16.
- Guedes, Fernando (1997), *António Ferro e a sua Política do Espírito*, Lisboa, Academia Portuguesa da História.
- Hargrove, Ethel C. (1914), *Progressive Portugal*, London, T. Werner Laurie.
- Janeiro, Helena P. (2013), “The People in Arms in the People’s Entertainment: Cinema and Political Propaganda in Portugal (1916–1917)”, *e-Journal of Portuguese History* (online), 11, (2), pp. 50-73. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/ejph/v11n2/v11n2a04.pdf>
- Landeiro, Fausto N. (1937), *A Botica do Antunes. Novela de Propaganda de Higiene Rural*, Lisboa, Repartição de Estudos, Informação e Propaganda [Ministério da Agricultura].

- Legação da França (1944, novembro 20), *Revista de Marinha*, (244), p. 18.
- Leone, Metzner (1941), *Nazis*, Lisboa, Tip. Freitas Brito.
- Lima, Sebastião de Magalhães (1912), *Vida Internacional: Conferência Realizada no Teatro da República em 17 de Abril de 1912: O Turismo em Portugal: Necessidade de Criar e Desenvolver a Sua Indústria no Nosso País*, Lisboa, Imprensa de Manuel Lucas Torres, 1912.
- Lima, Sebastião de Magalhães (1923), *Episódios da minha vida: Memórias documentadas* (2 Vols.), Lisboa, Livraria Universal de Armando J. Tavares.
- Loraine, A. G. (1918), *Portugal and the Allies: a message to Great Britain*, London, Hazell, Watson & Viney.
- Marcel Dany (1939, maio 31), *Revista de Marinha*, (48), p. 22.
- Martinho, Manuel (1944, março 25), "Um dia na Embaixada do Brasil", *O Século Ilustrado*, (325), pp. 16-17.
- Matos, Helena (2010a), *Salazar: A construção do Mito. 1928-1933*, Lisboa, Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- Matos, Helena (2010b), *Salazar: A propaganda. 1934-1938*, Lisboa, Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- Melo, Daniel (2001), *Salazarismo e Cultura Popular, 1933-1958*, Lisboa, Edições ICS.
- Mesquita, Alfredo, José Parreira, e Leonildo de Mendonça e Costa (1903), *Berne 1902 (Julho), Relatório dos delegados da Associação dos Jornalistas de Lisboa eleitos em Assembleia Geral de 23 de Maio de 1902*, Alfredo Mesquita, José Parreira, L. de Mendonça e Costa, Lisboa, Tipografia Universal.
- Ministério da Agricultura (1936), *Filmes agrícolas: catálogo de 1936*, Lisboa, Direcção do Serviço de Propaganda.
- Ministério da Agricultura (1939), *Palestras Agronómicas. Volume I. 1938*, Lisboa, Repartição de Estudos, Informação e Propaganda.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1930), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1928-1929*. Lisboa, Tipografia Maurício e Monteiro.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1932), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1931*. Lisboa, Imprensa Nacional.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1934), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1933*, Lisboa, Imprensa Nacional.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1938), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1937*, Lisboa, Imprensa Nacional.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1942), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1938*, Lisboa, Imprensa Nacional.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1945), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1944 [1939-1944]*, Lisboa, Imprensa Nacional.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1946), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1945*, Lisboa, Papelaria Fernandes.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1947), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1946*, Lisboa, Oficinas Gráficas da Casa Portuguesa.
- Ministério dos Negócios Estrangeiros (1950), *Anuário Diplomático e Consular Português. 1949 [de 1 jan. 1947 a 31 dez. 1949]*, Lisboa, Oficinas Gráficas da Casa Portuguesa.

- Mota, Miguel (1979), *A Novela – Em Livro ou Folhetim – Como Forma de Ajudar ao Desenvolvimento da Agricultura* [Separata do colóquio sobre comunicação social e desenvolvimento agrícola], Lisboa, Sociedade de Ciências Agrárias de Portugal.
- Na legação da Alemanha (1937, março 10), *O Século*, (19748), p. 6.
- Na sua brilhante conferência o Dr. Melo Portugal ocupou-se de “Alguns aspectos das relações com o público” (1948, outubro), *Guia Oficial dos CTT*, (87), pp. VII-X.
- Negreiros, José A. (1906, fevereiro), “A Legação de Paris”, *Ilustração Portuguesa*, (2), pp. 47-50.
- Negreiros, José A. (1932, novembro 25), “À margem de uma conferência: um ponto no i do futurismo por Almada Negreiros”, *Diário de Lisboa* (3607), pp. 5 e 8.
- Nemo (1897a, fevereiro 11), “Viagens e viajantes”, *Correio Nacional*, (1199), p. 1.
- Nemo (1897b, fevereiro 12), “Viagens e viajantes”, *Correio Nacional*, (1200), p. 2.
- Nemo (1897c, fevereiro 15), “Viagens e viajantes”, *Correio Nacional*, (1202), p. 1.
- Ninhos, Cláudia (2010), *Em torno da revista Junges Europa. A propaganda, a cultura e a ideologia ao serviço das relações luso-alemãs (1933-1945)*, Dissertação de Mestrado em História Contemporânea, Lisboa, FCSH/UNL.
- Ninhos, Cláudia (2013), “Portugal e a Segunda Guerra Mundial. A neutralidade portuguesa”, em Irene Flunser Pimentel e Cláudia Ninhos (Orgs.), *Salazar, Portugal e o Holocausto*, Lisboa, Temas e Debates.
- O 1.º aniversário da Rádio-Roma (1942, junho 19), *Diário de Lisboa*, (7030), p. 2.
- O adido de imprensa da embaixada americana despediu-se dos seus colaboradores (1945, Maio 31), *O Século*, (22695), p. 8.
- O director do Secretariado da Propaganda Nacional expõe-nos o seu plano de acção para dar cumprimento ao recente decreto que criou aquele organismo (1933, outubro 11), *Diário de Lisboa*, (3920), p. 5.
- O embaixador americano depôs flores nas campas dos aviadores seus companheiros sepultados em Lisboa (1945, maio 30), *Diário de Lisboa*, (8085), p. 6.
- O prof. dr. Rudolph Bauer (1934, agosto 10), *O Século*, (18825), p. 1.
- O Reich e as pequenas nações (1943, março 31), *Boletim de Informações*, (202), p. 1.
- O sábio alemão Dr. Frobenius que já tomou parte em doze explorações à África chegou ontem a Lisboa e faz hoje uma conferência na sede do Club Alemão (1938, junho 9), *O Século*, (20196), p. 1.
- O sr. Presidente da República visitou o navio almirante da divisão naval italiana” (1938, março 8), *O Século*, (20104), pp. 1-2.
- Oliveira, César (1980), *A preparação do 28 de Maio: António Ferro e a Propaganda do Fascismo*, Lisboa, Moraes Editora.
- Paço d’Arcos, Joaquim (1979), *Memórias da Minha Vida e do Meu Tempo* (Vol. 3), Lisboa, Guimarães & C.ª Editores.
- Pais, José Machado, Aida de Lima, José Ferreira Baptista, Maria Marques de Jesus e Maria Gameiro (1976), “Elementos para a história do fascismo nos campos: A «Campanha do Trigo»: 1928-38 (I)”, *Análise Social*, XII, (46), pp. 400-473.
- Pais, José Machado, Aida de Lima, José Ferreira Baptista, Maria Marques de Jesus e Maria Gameiro (1978), “Elementos para a história do fascismo nos campos: A «Campanha do Trigo»: 1928-38 (II)”, *Análise Social*, XIV, (54), pp. 321-389.

- Paulo, Heloísa (1994), *Estado Novo e Propaganda em Portugal e no Brasil: o SPN/SNI e o DIP*, Coimbra, Livraria Minerva.
- Pereda, Ignacio García (2011), *Mário de Azevedo Gomes, 1885-1965: Mestre da Silvicultura Portuguesa*, Sintra, Parques de Sintra-Monte da Lua.
- Pereira, M. (2009), *O Cinema Português e António Ferro. Aspectos da Política do Espírito nos Prémios Cinematográficos do SNI (1944-1950)*, Dissertação de Mestrado, Lisboa, FCSH/UNL.
- Piçarra, Maria do Carmo (2002), *Estado Novo e propaganda no cinema: o "Jornal-Português" de actualidades (1938-1951)*, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Estudo dos Média e Jornalismo, Lisboa, FCSH/UNL.
- Piçarra, Maria do Carmo (2006), *Salazar vai ao cinema: o Jornal Português de actualidades filmadas*, Coimbra, Minerva.
- Piçarra, Maria do Carmo (2009), "Portugal olhado pelo cinema como centro imaginário de um Império: Campo/Contracampo", *Observatorio (OBS\*)*, (online), 3, (3), pp. 164-178. Disponível em <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/issue/view/17>
- Pimentel, Irene Flunser (2007), *A História da PIDE*, Lisboa, Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- Pimentel, Irene Flunser (2013), *Espiões em Portugal durante a II Guerra Mundial: como o nosso país se tornou local de passagem de agentes ingleses e alemães*, Lisboa, A Esfera dos Livros.
- Pina, Luís de (1986), *História do cinema português*, Mem Martins, Europa América.
- Pina, Paulo (1988), *Portugal: O Turismo no Século XX*, Lisboa, Lucidus.
- Pinto, Rui Pedro (2008), *Prémios do Espírito: Um Estudo sobre Prémios Literários do Secretariado de Propaganda Nacional do Estado Novo*, Lisboa, ICS.
- Portaria n.º 7909, de 29 de outubro, do Ministério do Interior. *Diário do Governo*: I Série, n.º 255 (1934, outubro 30).
- Portela, Artur (1939, julho 22), "Primeiras impressões de Inglaterra: Os ingleses passeiam em Londres com o nome de Churchill na lapela para que o antigo ministro entre no governo", *Diário de Lisboa*, (5986), p. 4.
- Portugal and the Allies: a Message to Great-Britain (1918, July 26), *The Spectator*, (4700), p. 21.
- Portuguese Government Tourist Department (1913), *Sunny Portugal* [panfleto], Lisboa, Repartição de Turismo.
- Preston, Paul (2006), *Franco, Caudillo de España*, Barcelona, DeBolsillo.
- Preto, Rolão (1933), *Salazar e a sua época. Comentário às entrevistas do actual chefe do governo com o jornalista António Ferro*, Lisboa, Imprensa Moderna.
- Raimundo, Orlando (2015), *António Ferro: O inventor do Salazarismo*, Alfragide, Dom Quixote.
- Ramos do Ó, Jorge (1996), "Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) / Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI) / Secretaria de Estado da Informação e Turismo (SEIT)", em F. Rosas e J. M. Brandão de Brito (eds.), *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. II), Venda Nova, Bertrand.
- Ramos do Ó, Jorge (1999), *Os anos de Ferro: o dispositivo cultural durante a "Política do Espírito, 1933-1945: Ideologia, instituições, agentes e práticas*, Lisboa, Editorial Estampa.
- Rectificando (1907, agosto), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (2), pp. 14-15.
- Relatório da direcção provisória apresentado à assembleia geral de 18 de Dezembro de 1906 (1907, julho), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (1), pp. 10-14.
- Relatório da direcção referente à gerência de 1935 (1936, julho), *O "Touring" Português*, (1), p. 6.

- Repartição de Serviços Fitopatológicos (1942), *Economizai o Sulfato de Cobre nas Caldas Cúpricas*, Lisboa, Serviço Editorial da Repartição de Estudos, Informação e Propaganda.
- Repórter X (1929), *Cemitério da glória e da saudade: crónicas*, Porto, Matos & Oliveira.
- Revez, Natasha (2012), *Os Álbuns Portugal, 1934 e Portugal, 1940. Dois Retratos do País no Estado Novo*, Dissertação de Mestrado, Lisboa, FCSH/UNL.
- Ribeiro, António Manuel (1994), "Ficção Histórica Infante-Juvenil no Estado Novo. Colecção "Pátria" de Virgínia de Castro e Almeida (1936-1946)", *Revista de História das Ideias*, 16, pp. 161-192.
- Ribeiro, M. Félix (1983), *Filmes, Figuras e Factos da História do Cinema Português. 1896-1949*, Lisboa, Cinemateca Portuguesa.
- Rodríguez, Alberto Pena (2001), "O cinema português e a propaganda franquista durante a guerra civil na Espanha", em Luís Torgal (ed.), *O cinema sob o olhar de Salazar*, Lisboa, Temas e Debates.
- Rosas, Fernando (2001), "O salazarismo e o homem novo: ensaio sobre o Estado Novo e a questão do totalitarismo", *Análise Social*, 35(157), pp. 1031-1054.
- Schwarz, Reinhard (2006), *Os alemães em Portugal, 1933-1945: a colónia alemã através das suas instituições*, Porto, Antília Editora.
- Secretariado da Propaganda Nacional (1933, outubro 27), *Diário de Notícias*, (24 331), pp. 1-2.
- Secretariado Nacional da Informação (1948a), *Catorze anos de política do espírito*, Lisboa, SNI.
- Secretariado Nacional da Informação (1948b), *Catálogo geral das edições SNI. Lisboa. 1933-1948*, Lisboa, SNI.
- Secretariado Nacional da Informação (1958), *'Um instrumento de governo'. 25 anos de acção. 1933-1958*, Lisboa, SNI.
- Serviços da Repartição de Turismo (1912), *Relatório pelo Director da Repartição, José de Ataíde: Setembro 1911-Junho 1912*, Lisboa, Typ. Bayard.
- Serviços da Repartição de Turismo (1914), *Relatório por José de Ataíde: Julho de 1913-Junho de 1914*, Lisboa, Imprensa Nacional de Lisboa.
- Serviços da Repartição de Turismo (1916), *Relatório por José de Ataíde: Julho de 1914-Junho de 1915*, Lisboa, Imprensa Nacional de Lisboa.
- Serviços da Repartição de Turismo (1918), *Relatório por José de Ataíde: Julho de 1916 a Junho de 1917*, Lisboa, Imprensa Nacional de Lisboa.
- Serviços de Imprensa e Informação da Embaixada Britânica (194-), *A guerra submarina*, Lisboa, Embaixada Britânica.
- Serviços de Imprensa e Informação da Embaixada Britânica (194-), *A Alemanha e a terra*, Lisboa, Embaixada Britânica.
- Serviços de Imprensa e Informação da Embaixada Britânica (1940), *Bombardamentos aéreos: os factos*, Lisboa, Embaixada Britânica.
- Serviço de Informação da Legação da Alemanha (1940), *O golpe de Inglaterra contra a Noruega*, Lisboa, S.I.L.A.
- Serviço de Informação da Legação da Alemanha (1941), *A traição soviética: proclamação do Fuhrer dirigida ao povo Alemão e nota do Ministério dos Negócios Estrangeiros do Reich dirigida ao Governo Soviético, com três anexos*, Lisboa, S.I.L.A.
- Serviço interno da Sociedade Propaganda de Portugal (1907, novembro), *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, (5), pp. 12-16.

- Silva, Armando Malheiro da (2006), *Sidónio e Sidonismo. Vol. 2. História de um Caso Político*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sociedade Propaganda de Portugal (1906), *Estatutos da Sociedade Propaganda de Portugal*, Lisboa, Typographia Universal.
- Sousa, Jorge Pais de (2009), "O Estado Novo de Salazar como um Fascismo de Cátedra. Fundamentação histórica", *Storicamente*, (Online), 5, (28). Disponível em <http://storicamente.org/estado-novo-como-fascismo-de-catedra>
- Sousa, Jorge Pais de (2011), *O Fascismo Catedrático de Salazar*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.
- State Dept. Split On How To Block Action On Franco (1946, June 10), *The Gazette and Daily* [York, Pennsylvania], (s.n.), p. 3.
- Strasen, E. A. e Alfredo Gândara (1944), *Oito séculos de história Luso-Alemã*, Lisboa, Instituto Ibero-Americano de Berlim.
- Taylor, Philip M. (1999), *British Propaganda in the Twentieth Century: Selling Democracy*, Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Torgal, Luís (2001), "Propaganda, ideologia e cinema no Estado Novo. A conversão dos descrentes", em Luís Torgal (ed.), *O cinema sob o olhar de Salazar*, Lisboa, Temas e Debates.
- Um americano vê o futuro de Portugal (1942, Junho 30), *Boletim Semanal*, (s.n.), pp. 1-2.
- Um jantar na Legação do Japão em honra da Imprensa portuguesa (1940, Novembro 30), *Revista de Marinha*, (101), p. 16.
- Uma conferência do sr. Markus Cheke no Club Inglês (1942, junho 5), *O Século*, (21625), p. 2.
- Uma sessão de cinema na embaixada britânica (1945, junho 2), *O Século*, (22697), p. 8.
- Uma visita à B.B.C. de Londres (1939, março 23), *O Século Ilustrado*, (90), p. 9.
- União Nacional (1935), *Instruções para a Organização e Funcionamento do Serviço de Propaganda*, Lisboa, União Nacional.
- União Nacional (1936), *Regulamento Geral. Seguido das circulares n.ºs 748/22 de 27 de Fevereiro de 1936 e 3937/79 de 12 de Setembro do mesmo ano*, Lisboa, União Nacional.
- Vandalismo (1942, agosto 1), *Boletim de Informações*, (134), p. 2.
- Vontade não lhes falta! (1942, junho 18), *Boletim Semanal*, (s.n.), pp. 2-3.
- Weber, Ronald (2012), *Passagem para Lisboa: a vida boémia e clandestina dos refugiados da Europa nazi*, Lisboa, Clube do Autor.
- Wilhelm Berner (1942, junho 14), *Diário de Lisboa*, (7025), p. 7.

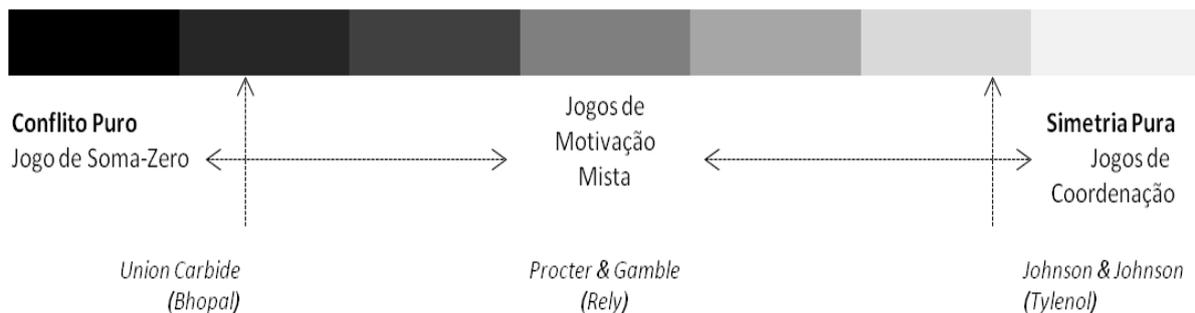
## **ANEXO DIGITAL**

## ÍNDICE

Anexo 1 - Contínuo de jogos: soma zero, motivação-mista e coordenação .....	4
Anexo 2 - Quatro modelos de RP colocados em dois contínuos.....	5
Anexo 3 - Novo modelo de simetria como prática de duas-vias.....	6
Anexo 4 - Modelo de Estratificação para a História Evolutiva das RP.....	7
Anexo 5 - Duas abordagens à historiografia das RP.....	8
Anexo 6 - Correntes historiográficas académicas em RP.....	9
Anexo 7 - Tipologia das Lógicas de Explicação Histórica em RP.....	10
Anexo 8 - Origens das RP em 23 Estados Membros da UE.....	11
Anexo 9 - Distribuição percentual da constituição de departamentos de RP, por décadas, em 23 países da UE (anos 1810 a 1990).....	12
Anexo 10 - Empresas pioneiras na criação de departamentos de RP em 16 Estados Membros da UE.....	13
Anexo 11 - Percentagem de constituição de departamentos de RP, por sector de atividade, em 16 países da UE (anos 1810 a 1990).....	14
Anexo 12 - Frequência de Ministros nos ministérios da Primeira República (1910- 1926).....	15
Anexo 13 – Frequência de criação de periódicos jornalísticos por décadas (1901- 1950).....	16
Anexo 14 - Caricatura “As más companhias...” (1928).....	17
Anexo 15 - Caricaturas alusivas à Carris (1926-1931).....	18
Anexo 16 - Caricatura alusiva à Companhia União Fabril (1927).....	20
Anexo 17 - Caricaturas alusivas à Tabaqueira (1927-1929).....	21
Anexo 18 - Caricaturas alusivas à Companhia das Águas de Lisboa (1927-1931).....	24
Anexo 19 - Caricaturas alusivas à APT (1929-1930).....	27
Anexo 20 - Caricaturas alusivas à CRGE (1929-1931).....	28
Anexo 21 - Caricatura alusiva à CP (1931).....	29
Anexo 22 - Caricatura alusiva a Alfredo da Siva (1929).....	30
Anexo 23 - Caricaturas alusivas a Alves dos Reis (1930).....	31
Anexo 24 - Caricatura alusiva a Armando Ferreira (1926).....	32
Anexo 25 - Frequência de criação de periódicos republicanos na Primeira República (1910-1926).....	33
Anexo 26 - Caricatura alusiva à Carris (1926).....	34
Anexo 27 - Campanhas desenvolvidas pela imprensa contra empresários, empresas e sectores de actividade económica (1920-1932).....	35

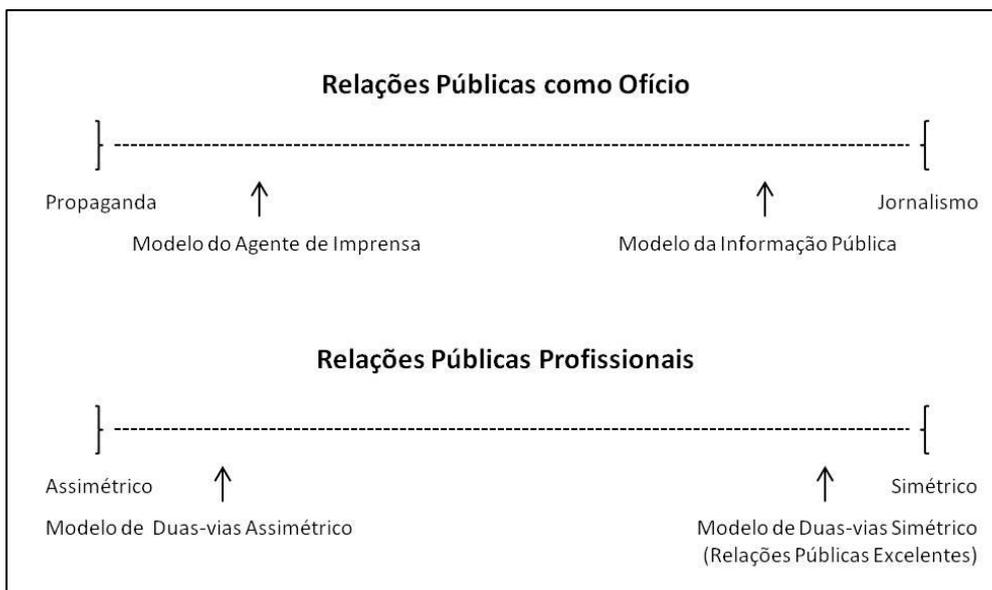
Anexo 28 - Notícias sobre a Carris publicadas pelo <i>Diário da Noite</i> (1932).....	36
Anexo 29 - Notícias sobre Cândido Sotto Mayor e as suas empresas, publicadas no âmbito da campanha de <i>O Tempo</i> (1920-1922).....	37
Anexo 30 - Notícias sobre a empresa Martins & Rebelo publicadas no âmbito da campanha de <i>O Tempo</i> (1922).....	42
Anexo 31 - Notícias sobre Alfredo da Silva e as suas empresas, publicadas no âmbito da campanha de <i>O Tempo</i> (1921-1922).....	43
Anexo 32 - Frequência de criação de periódicos operários (1880-1949).....	44
Anexo 33 - Publicidade redigida da autoria de Virgínia Quaresma (1916).....	45
Anexo 34 - Capa da separata <i>A Universidade Americana nas suas relações com o público. A obra da Extensão Universitária e os progressos da agricultura</i> (1916).....	47
Anexo 35 - Notícia sobre A Redactorial (1917).....	48
Anexo 36 - Edições dos CTT na área da Publicidade e da Propaganda (1945-1949)..	49
Anexo 37 - Anúncio das Fábricas Vulcano e Collares (1915).....	50
Anexo 38 - Anúncio da Fábrica Âncora (1921).....	51
Anexo 39 - Anúncio da Casa das Tesouras (1921).....	52
Anexo 40 - Caricatura “Uma chamada ao Telephone!” (1919).....	53
Anexo 41 - Convite à imprensa efetuado pela EGBTCE (s.d.).....	54
Anexo 42 – Ordem de Serviço que nomeou Armando Ferreira secretário-executivo para as relações com o público (1935).....	55
Anexo 43 - Edições da APT e dos CTT sobre as Relações com o Público na APT (1934-1948).....	56
Anexo 44 - Anúncios da TDA adaptados pela APT (anos 1920-1930).....	57
Anexo 45 - Exemplo de quatro anúncios da AT&T presentes no espólio da APT.....	61
Anexo 46 - Anúncio da SBTC partilhado pelo seu General Advertising Department....	63
Anexo 47 - Anúncio de Vasco Santana para a APT (1933).....	64
Anexo 48 - Edição única de <i>O Telefone</i> [supl. do <i>Diário de Lisboa</i> ] (1929).....	65
Anexo 49 - Ficha de A. Ferreira no Arq. Biográfico do <i>Diário de Notícias</i> (s.d.).....	66

## Anexo 1 – Contínuo de jogos: soma zero, motivação-mista e coordenação



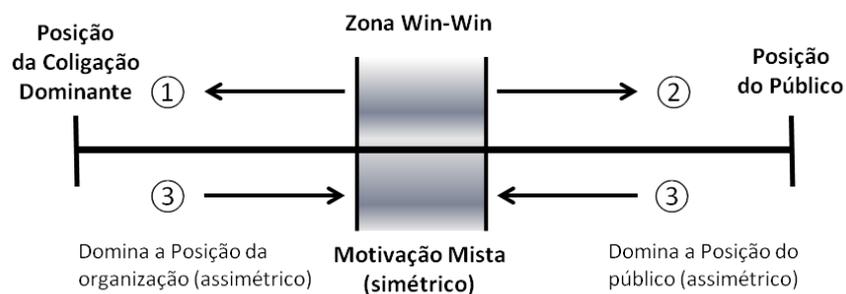
Fonte: Adaptado de Murphy (1991: 125).

## Anexo 2 – Quatro modelos de RP colocados em dois contínuos



Fonte: Adaptado de J. Grunig e L. Grunig (1992: 312).

### Anexo 3 – Novo modelo de simetria como prática de duas-vias



Tipo de Prática	Explicação
① Modelo Assimétrico Puro	Comunicação utilizada para dominar o público e levá-lo a aceitar a posição da coligação dominante.
② Modelo de Cooperação Puro	Comunicação utilizada para convencer a coligação dominante a ceder à posição do público.
③ Modelo de Duas-Vias	Comunicação utilizada para mudar o público, a coligação dominante ou ambos para uma zona “win-win” aceitável.

Fonte: adaptado de Dozier. L. Grunig e J. Grunig (1995: 48).

**Anexo 4 – Modelo de Estratificação para a História Evolutiva das RP**

Camadas		Crítérios
	<i>Relações públicas em desenvolvimento em direção a um sistema social.</i> [séculos XX e XXI]	Profissão como <i>sistema social</i> estruturado.
	<i>Relações Públicas (RP como campo ocupacional e como profissão).</i> [séculos XIX e XX]	As RP como <i>ocupação principal</i> e emergência de departamentos especializados que influenciam o <i>sistema de comunicação de massas</i> .
	Comunicação organizacional (RP funcionais, ferramentas de RP). [Fim da Idade Média, Idade Moderna]	Organizações iniciam a comunicação pública funcional.
	Comunicação pública. [Mundo Antigo, Idade Média]	Comunicação em contextos <i>públicos</i> .
	<i>Comunicação interpessoal (várias funções de comunicação).</i> [História Humana]	As <i>comunicações</i> como a pré-condição mais antiga para as RP.

Fonte: adaptado de Bentele (2013: 255).

### Anexo 5 – Duas abordagens à historiografia das RP

Critérios de distinção	<i>Abordagem à Historiografia das RP baseada em Factos e Eventos</i>	<i>Abordagem à Historiografia das RP baseada em Modelos e Teoria.</i>
Métodos	a) Coleção de factos, sequência cronológica. b) Subdivisão em fases; periodização.	a) Recolha orientada por conceitos e teoria; sistematização. b) Método estrutural-histórico.
Objetivos	Descrição.	Descrição e explicação.
Base teórica	Nenhuma; ordem histórica.	Conceitos, tipologias, teorias.
Funções	Atratividade para o campo profissional, primórdios científicos sociais.	Funções científicas sociais; contribuição para a profissionalização do campo profissional.
Exemplos	Bernays, 1923; Cutlip, Center e Broom, 1994; Broom, 2009; Oeckl, 1964; etc.	Grunig e Hunt, 1984; Grunig, 1996; Bentele, 1997; etc.

Fonte: adaptado de Bentele (2013: 250).

## Anexo 6 – Correntes historiográficas académicas em RP

Origem geográfico-cultural	Ano <sup>1</sup>	Autor(es) que estuda(m) a corrente	Denominação da corrente	Historiadores representativos da corrente
Norte-americana	1990	Ron Pearson	Progressista	Hiebert, R.E. (1966)
			Nova Direita	Olasky, M.N. (1987)
			Nova Esquerda	Smythe, D.W. (1981)
			Antiprogressista	Pimlott, J.A.R. (1951) Tedlow, R. (1979)
	1991	Vanessa Murphree	Económica	Tedlow, R. (1979) Olasky, M.N. (1987)
			Desenvolvimentista	Bernays, E. (1923) Hiebert, R.E. (1966) Raucher, A. (1968)
	2000	Karen Miller Russell	Enfoque Empresarial	Gras, S.B. (1945) Raucher, A. (1968) Tedlow, R. (1979) Ewen, S. (1996)
Enfoque Político			Olasky, M.N. (1987) Carey, A. (1997)	
2010	Margot O. Lamme e Karen Miller Russell	Rupturista / Aberturista	Lamme, Margot O. Miller Russell, Karen	
1986	Larissa Grunig Pamela Creedon Marilyn Kern-Foxworth Susan Henry Karen Miller Russell Elisabeth Toth	Feminista	(indeterminado) Investigações centradas na vida de algumas pioneiras como: Doris E. Fleischman, Jane Stewart, Susan B. Anthony, Elizabeth Cody Stanton, Matilda Joslyn Gage ou Harriet Beecher Stowe.	
Europeia	1995/2000	Karl Nessmann	Nacional Alemã	Binder, Elisabeth (1983) Albert Oeckl (1964, 1993) Fischer, Heinz-Dietrich e Wahl, Ulrike G. (1993) Flieger, Heinz (1994) Seeling, Stefan (1996) Kunczik, Michael (1997) Lehming, Eva-Maria (1997) Goros, Antonio (1998) Hein, Stephanie (1998) Heinelt, Peer (2003)
	1997/2008	Jacque L'Etang	Nacional Britânica	L'Etang (1998, 1999, 2004)
		David Miller e William Dinan		Miller, David (2008) e Dinan, William (2008)
	1997	Peter Szyszka	Europeísta independente	(indeterminado) Pressupostos teóricos e experiências nacionais
1998	EUPRERA Dejan Verčič Betteke van Ruler	Pan-europeia (vinculada ao Projeto EBOK)	(indeterminado) Estudos nacionais coordenados	

Fonte: adaptado de Salcedo (2011: 285).

<sup>1</sup> O ano indicado por Salcedo (2011) refere-se não à origem temporal de cada corrente historiográfica, mas sim ao início do seu estudo académico.

### Anexo 7 – Tipologia das Lógicas de Explicação Histórica em RP

Lógicas de Explicação	Principal argumento ontológico	Autores associados à Lógica
Funcionalista	As RP surgiram como resposta funcional à necessidade das empresas se defenderem de uma ameaça exterior, sendo um fenómeno inevitável.	Bernays (1928, 1952); Raucher (1968); Cutlip (1994); Cutlip et al. (1999); Heath e Vasquez (2001); Rotman e Gerasimo (2001); Nichols (2002); Coombs e Holladay (2007).
Institucional	As RP surgiram por iniciativa de instituições ou empresas que foram seminais na definição das futuras práticas e técnicas de RP, e também pela adoção de práticas de outras atividades profissionais, nomeadamente o jornalismo e a advocacia.	Pinkleton (1994); Ewen (1996); Gower (2007); Curtin (2008).
Cultural	As RP surgiram da adoção, pelos pioneiros das RP, de valores culturais, atitudes e ideias do contexto envolvente, particularmente do movimento progressista norte-americano, usados para adaptar e conformar as empresas a um novo contexto ideológico marcado pela transparência.	Hiebert (1966); Tedlow (1979); Ponder (1990); Sproule (1997); Hallahan (2003); Stoker e Rawlins (2005); Brown (2006); Stole (2006); Gower (2008).

Fonte: adaptado de Vos (2011).

## Anexo 8 – Origens das RP em 23 Estados Membros da UE

Países	PRINCIPAIS EVENTOS / DÉCADAS				
	Criação de departamentos <sup>2</sup> (âmbito Estatal ou Corporativo)	Criação de agências de RP nacionais	Fundação de associações profissionais	Início do ensino superior <sup>3</sup>	Publicação dos primeiros livros originais <sup>4</sup>
Alemanha	1810 (E)	1950	1950	1990	1950
Áustria	1920 (E/C)	1960	1960	1940	1970
Bélgica	1940 (C)	1950	1950	1950	1950
Bulgária	1980 (E)	1990	1990	1990	1990
Croácia <sup>5</sup>	1960 (C)	1990	1990	2000	2000
Eslováquia	1990 (E)	1990	1990	2000	1990
Eslovénia	1990 (C)	1980	1990	1990	1990
Espanha	1950 (C)	1960	1960	1960	1950
Estónia	1990 (E)	1990	1990	1990	2000
Finlândia	1930 (n.d.)	1950	1940	1970	1930
França	1940 (C)	1950	1950	1960	1950
Grécia	1950 (C)	1950	1960	1980	1960
Hungria	1960 (C)	1980	1990	1980	1960
Irlanda (Rep. da)	1920 (C)	1950	1950	1970	1990
Itália	1930 (C)	1950	1950	1990	1960
Malta	1950 (E)	1980	<i>Inexistente</i>	<i>Inexistente</i>	<i>Inexistente</i>
Países Baixos	1920 (C)	1950	1940	1970	1950
Polónia	1990 (E/C)	1990	1990	1980	1990
Portugal	1910 (E/C)	1970	1960	1970	1970
Reino Unido	1920 (E)	1920	1940	1980	1940
Rep. Checa	1930 (C)	1960	1980	1960	1960
Roménia	1990 (n.d)	1990	1990	1990	n.d.
Suécia	1940 (E/C)	1950	1950	1970	1940

Fonte: adaptado de Arceo Vacas (2006); Barquero Cabrero (1999); Bentele (2015); Bentele e Junghanel (2004); Bentele e Peter (1996); Bentele e Wehmeier (2009); Bini, Fasce e Falconi (2011); Black (1966); Bonello (2004); Carayol (2004); Carty (2004); comunicação pessoal de 02/03/2015); Chaudet (com. pessoal de 28/04/2015); Chaudet, Carayol e Frame (2015); Esparcia (2009); Evans (2013); Falconi (2009; com. pessoal de 1/03/2015); Falconi e Kodilja (2004); Falconi e Ventoruzzo (2015), Fernández (2004); Flodin (2004, 2009); Fonseca (2011); García e Salcedo (2009); Hajos e Tkalac (2004); Hejlová (2014; com. pessoal de 16/03/2015); Herten, Melgin e Åberg (2012); Hines (2009); Koper (2004); L'Etang (1998, 1999, 2004, 2006b, 2015); Larsson (2006); Lawniczak (2004); Lawniczak, Rydzak e Trebecki (2009); Lehtonen (2004, 2013); Lougovoy e Huisman (1981); Melgin (2015; com. pessoal de 06/05/2015); Montero, Rodríguez e Verdura (2010); Nessmann (2000, 2004); Pauwels e Van Gorp (2004); Puchan (2006); Rogojinaru (2009, 2014); Ruler (2004, 2009); Ruler e Cotton (2015); Salcedo (2008, 2012); Salcedo e Xifra (2015); Santos (2003); Soares e Mendes (2004); Spatzier (2015; com. pessoal de 16/04/2015); Szondi (2004, 2009, 2014); Tampere (2004); Theofilou (2015); Theofilou e Watson (2014); Tkalac Verčič (2014; com. pessoal de 27/02/2015); Turk (1996); Verčič (2004, 2009, 2014); White, L'Etang e Moss (2009); Yannas (2004); Žáry (2004); Zlateva (2004; com. pessoal de 04/03/2015).

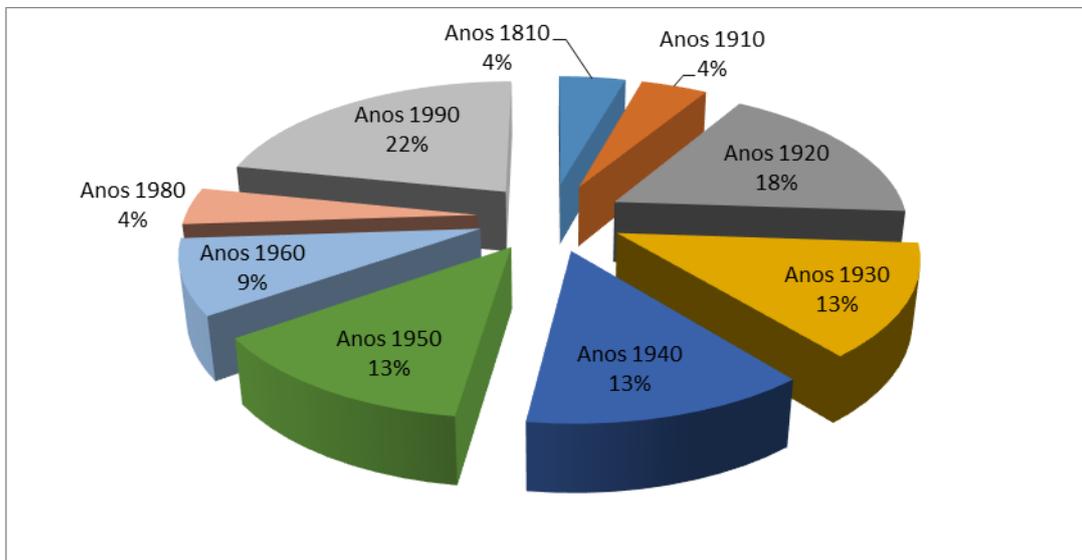
<sup>2</sup> Incluímos departamentos que mesmo não tendo a designação de RP foram considerados como tal pelos historiadores. O âmbito Estatal (E) engloba organismos do governo e da Administração Pública central e local, excluindo as empresas públicas. O âmbito corporativo (C) inclui as empresas, tanto públicas como privadas e, no caso da Finlândia, também uma associação privada, a *Propaganda Union*.

<sup>3</sup> Consideram-se os cursos ministrados ao nível das instituições de ensino superior, ainda que os mesmos possam não ser exclusivamente em RP ou outorgar diplomas de ‘graduate’ ou ‘undergraduate’.

<sup>4</sup> Consideram-se apenas as obras originárias de cada país e não as importadas no idioma original. Por não haver dados suficientes, não se efetua a distinção entre livros de divulgação didática, técnicos e científicos.

<sup>5</sup> Consideraram-se as instituições da antiga Jugoslávia, na qual a Croácia se integrou entre 1918 e 1991.

**Anexo 9 – Distribuição percentual da constituição de departamentos de RP,  
por décadas, em 23 países da UE (anos 1810 a 1990)**



### Anexo 10 – Empresas pioneiras na criação de departamentos de RP em 16 Estados Membros da UE<sup>6</sup>

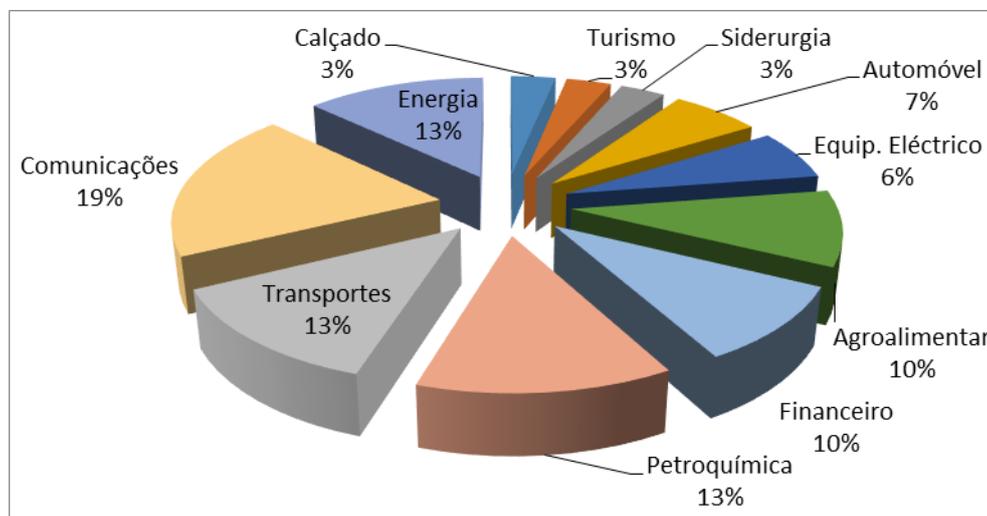
	<b>Empresas</b>	<b>Sector de atividade económica</b>	<b>Década(s)</b>
Alemanha <sup>7</sup>	Krupp; Siemens; AEG.	Siderurgia; indústria de equipamento elétrico.	1890
Áustria	Julius Meinl.	Agroalimentar.	1920
Bélgica	Esso; Caisse Nationale Belge d'Assurance/Algemene Verzekeringen.	Petroquímica; Seguros.	1940
Croácia	Hotel Inter-Continental de Zagreb; Podravka.	Turismo; Agroalimentar.	1960
Eslovénia	n.d.	Banca; telecomunicações.	1990
Espanha	Unidad Eléctrica S.A. (UNESA); Red Nac. de Ferrocarriles Españoles (RENFE).	Eletricidade; Transportes.	1950/1960
Estónia	Eesti Telekom.	Telecomunicações	1990
França	Esso Standard, Caltex, Shell.	Petroquímica	1940
Grécia	Izola; Public Power Corporation (DEH); Hellenic Telecommunications Organisation (OTE); Shell; Mobil; BP; Siemens; American Express; Commercial Bank; Olympic Airways.	Ind. equipamento elétrico; eletricidade; telecomunicações; petroquímica; banca; transportes aéreos.	1950
(Rep.) Irlanda	Electrical Supply Board (ESB).	Eletricidade.	1920
Itália	Linoleum (Grupo Pirelli); Esso Standard Italiana.	Materiais de construção; Petroquímica.	1930/1940
Países Baixos	PTT.	Comunicações	1920
Portugal	Anglo Portuguese Telephone Co., Ltd.	Comunicações.	1920
Reino Unido	Gas, Light and Coke Company; British Overseas Airways Corporation; Rootes Motors; Brooklands Racing Track; Shell; J. Lyons & Company.	Eletricidade e Gás; transportes; automóvel, petroquímica; agroalimentar.	1930
Rep. Checa	Bata; Skoda.	Calçado; automóvel.	1930
Suécia	Caminhos de Ferro Suecos; Correios Suecos.	Transp; comunicações.	1940

Fonte: adaptado de Carty (comunicação pessoal, 25/04/2015; Hejlová (comunicação pessoal, 16/03/2015); Ruler (comunicação pessoal, 26/04/2015); Theofilou (comunicação pessoal, 26/04/2015).

<sup>6</sup> Excluímos a Bulgária, Eslováquia, Finlândia, Hungria, Malta, Polónia e Roménia por não haver informação bibliográfica sobre a constituição de departamentos de RP empresariais nestes seis países.

<sup>7</sup> Puchan (2006) cita outras empresas, mas como refere que tais companhias desenvolviam “atividades de relações públicas” (p. 114), não indicando a existência de departamentos de RP, excluímos-las da tabela.

**Anexo 11 – Percentagem de constituição de departamentos de RP, por sector de atividade, em 16 países da UE (anos 1810 a 1990)**



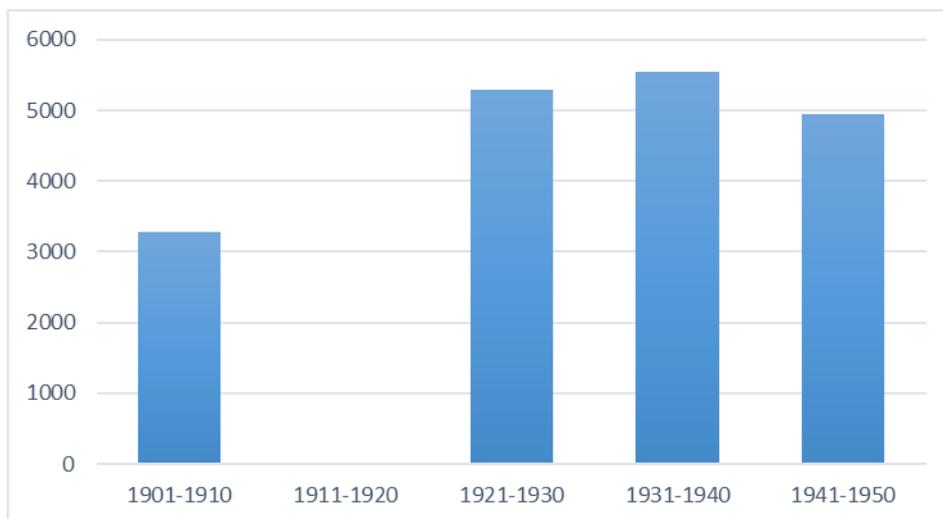
### Anexo 12 – Frequência de Ministros nos ministérios da Primeira República (1910-1926)

<b>Ministério (período de vigência)</b>	<b>Freq. de Ministros</b>
Ministério da Fazenda/Ministério das Finanças (1910-1926)	68
Ministério do Fomento (1910-1917)	19
Min. do Trabalho e Previdência Social/ Min. do Trabalho (1916-1925)	41
Ministério do Comércio (1917-1921)	22
Ministério da Agricultura (1918-1926)	47
Ministério dos Abastecimentos (1918-1919)	6
Ministério das Subsistências e Transportes (1918)	3
Ministério do Comércio e Comunicações <sup>8</sup> (1921-1926)	22

Fonte: adaptado de Rollo (2009a: 532).

<sup>8</sup> Noutra obra, Rollo (2009b) situa a fundação do Ministério do Comércio e das Comunicações em 1919. Para não enviesar os dados do quadro IV.1., de que só dispomos de forma agregada, mantivemos, contudo, o intervalo cronológico utilizado originalmente por Rollo (2009a).

### Anexo 13 – Frequência de criação de periódicos jornalísticos por décadas (1901-1950)<sup>9</sup>



Fonte: adaptado de Sousa e Veloso (1987: 33).

<sup>9</sup> A fonte a que recorremos para elaborar o gráfico IV.I. (Sousa e Veloso, 1987) não apresentou dados relativamente à década de 1911-1920.

ANEXO 14 – Caricatura “As más companhias...” (1928)



Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 51, 12/05/1927, p. 8.

ANEXO 15 – Caricaturas alusivas à Carris (1926-1931)



Fonte: Sempre Fixe, n.º 23, 14/10/1926, p. 1.



Fonte: Sempre Fixe, n.º 24, 21/10/1926, p. 3.



Fonte: Sempre Fixe, n.º 138, 10/01/1929, p. 1.



Fonte: Sempre Fixe, n.º 146, 07/03/1929, p. 1.

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--10 de Dezembro de 1931

**5 TOS TÔES**

**6.º ANO**  
Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**290**

**sempre**  
**fixe** *humorístico*

Propriedade  
**RENASÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 48

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDACÇÃO E OFICINAS**  
TEL. 20271, 20272, 20273  
RUA DA ROSA, 57

## Entrevista com a "miss" de Santo Amaro

*100 Contos!!*  
*VENHAM CONTOS!*  
**CORREIO NOS ELECTRICOS**  
*Bordallo Pinteiro*

... que se compram a 50 e romas de 1000. Resumindo: pagava, pelo menos, 3 estampilhas de \$46, ou sejam 1\$20. Ora o sr. mete-se num "electrico" e vai a Algés, dizer ao seu amigo tudo o que queria comunicar-lhe por escrito. Custando o bilhete \$95, ainda poupa \$25, papel, tinta e ongo para o selo. Que mais quere?!

Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 290, 10/12/1931, p. 1.

ANEXO 16 – Caricatura alusiva à Companhia União Fabril (1927)

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--21 de Julho-1927

**5 TOSTÕES**

**2.º ANO**

Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**61**

**sempre**  
**fixe**

na  
no Sr.  
Alfredo  
da Silva  
Cunha

sempre  
fumosista

Propriedade  
**RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 48

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDACÇÃO E OFICINAS**  
TEL. T. 152, 153, 154  
RUA DA ROSA, 57

**C. U. F. = C. P. T.**



— Deixa-me apanhar esta *beata* do sr. Alfredo da Silva, porque o fumo não agarro eu...

Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 61, 21/07/1927, p. 1.

ANEXO 17 – Caricaturas alusivas à Tabaqueira (1927-1929)

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--28 de Julho-1927

**5 TOSTÕES**

**2.º ANO**

Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**62**

sempre **five** semanário humorístico

Propriedade  
**RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 43

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDAÇÃO E OFFICINAS**  
TEL. T. 152, 153  
RUA DA ROSA, 7

**Estendendo a "Tabaqueira"**

—Val um cigarrinho? Garanto-lhe que não tem nicotina. O que podem ter é potassa, mas como isso até lhe lava os palmões, espero que, com toda a força doles me dê um v/za, por eu ter acabado com o monopólio.

Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 62, 28/07/1927, p. 1.

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--4 de Abril--1929

**3.º ANO**

Este numero foi visado pela Comissão de Consura

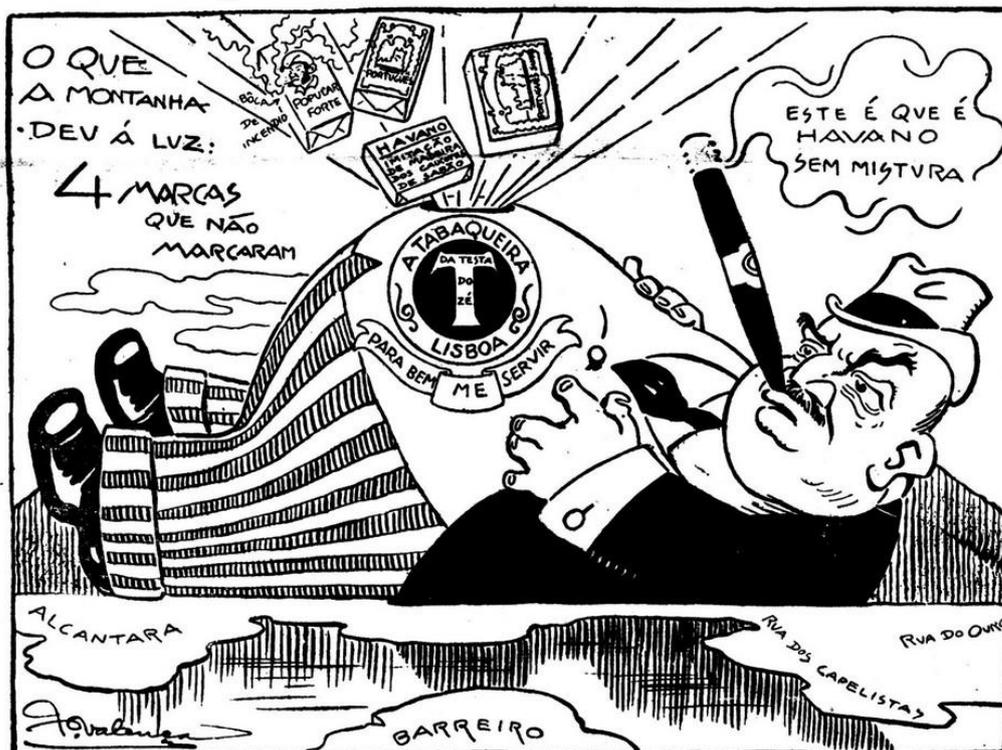
**sempre 150**  
**fixe** semanário fumorístico

Propriedade  
**RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 48

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDACÇÃO E OFICINAS**  
TEL. T. 152, 153, 154  
RUA DA ROSA, 87

## “A Tabaqueira” ou uma “blague... à tabac”



Da qualidade do tabaco nada dizemos. Não o fumámos porque os medicos proibram-nos o fumo... de velas «Navio». Da ilustração dos envolucros não gostámos. A beleza da Torre de Belem apanhou para o seu tabaco *Português*, e o salolo, campino, cabo de forcados, ou lá o que é, tem grandes *fumaças* de *Popular*, forte... e feio.

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--24 de Outubro--1929

**5<sup>a</sup> FOLHA**

**4.º ANO**

Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**179**

sempre **fixe** semanário humorístico

Propriedade  
**RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 43

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDAÇÃO E OFICINAS**  
TEL. T. 152, 153, 154  
RUA DA ROSA, 57

# JORGE V NO ESTORIL?

«Para a convalescência de Jorge V, pensa-se na casa que o importante capitalista sr. Alfredo da Silva tem no Estoril.»  
(Do Diário A Lisboa).

—«Sire», um charutinho da Tabaqueira? Pode Vossa Magestade fumá-lo sem receio: é um charuto por fóra e um cigarro bréjelro por dentro.

Fonte: Sempre Fixe, n.º 179, 24/10/1929, p. 1.

ANEXO 18 – Caricaturas alusivas à Companhia das Águas de Lisboa (1927-1931)

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--27 de Outubro-1927

**5 TOSTÕES**

**2.º ANO**

Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**75**

sempre **fixe** semanário humorístico

Ex.º Sr. Alvaranga  
Rua Brito Cappe

Propriedade **RENASÇANÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 43

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDAÇÃO E OFICINA.**  
TEL. T. 152, 153, 154  
RUA DA ROSA, 57

### Água encanada e inquinada

—Vem contar a água?  
—Não, senhora, venho contar os bacilos. Se acusar mais de 3.000 por centímetro cúbico, tem de pagar o excesso.

Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 75, 27/10/1927, p. 1.

# FADO DOS BACILOS

(A Companhia das Águas)

À BICHA!...

**Quem quer bacilos fresquinhos**  
 Bebe as águas do Alviela,  
 Água com febre tifóide  
 Não ha outra melhor que ela!

**De entre os microbios estranhos**  
 Que produzem mil doenças  
 E são as tristes avenças  
 De perigosos amanhos,  
 Ha uns microbios castanhos,  
 De todos os mais daninhos,  
 Que penetram nos caminhos  
 Onde as águas correm lestantes,

**E onde vai, ao fazer destas,**  
 Quem quer bacilos fresquinhos.

**Quem quer microbios sedentos**  
 Dos bofes e da barriga,  
 Que penetram na bexiga  
 Sem precisão de frementos,  
 Microbios que são aos ceantos  
 E ao corpo fazem barrada,  
 Quem quer uma fartadela  
 De bacilo bem filtrado,  
 Pede um copo bem lavado,  
 Bebe as águas do Alviela.

**Quem quer bacilos fresquinhos**  
 Bebe as águas do Alviela,  
 Água com febre tifóide  
 Não ha outra melhor que ela!

**Porque é muito mais fatal**  
 Do que o vinho da taberna.  
 Misturofada moderna  
 Que, sem ancia nem piela,  
 Nos põe fria a triste guela.  
 Numa agonia pestifera,  
 Não ha outra mais mortifera,  
 Não ha outra melhor que ela!

**Escalpay**

**SUNRIPE**

**QUARTA-FEIRA**  
Lisboa--14 de Janeiro de 1931

**5.º ANO**  
Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**5 TOSTES**  
**243**

**sempre**  
**fixe** semanário humorístico

Propriedade  
**RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 48

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDAÇÃO E OFICINAS**  
TEL. 20271, 20272, 20273  
RUA DA ROSA, 57

**Um córte... na canalisação**



hoje a conta fecha a água.  
— Não pague, Maria, pelo amor de Deus, não pague.

Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 243, 14/01/1931, p. 1.

ANEXO 19 – Caricaturas alusivas à APT (1929-1930)



Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 137, 03/01/1929, p. 1.



Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 224, 09/09/1930, p. 1.

ANEXO 20 – Caricaturas alusivas à CRGE (1929-1931)



Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 183, 21/11/1929, p. 1.



Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 269, 16/07/1931, p. 1.

ANEXO 21 – Caricatura alusiva à CP (1931)

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--20 de Agosto de 1931

**5 TOSTÕES**

**6.º ANO**  
Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**274**

sempre **fixe** semanário humorístico

Propriedade **RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 48

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDAÇÃO E OFICINAS**  
TEL. 20271, 20272, 20273  
RUA DA ROSA, 57

### As excursões de fim de semana

**BUÇACO  
COIMBRA  
CURIA**

**EXCURSÕES  
DE FIM DE SEMANA  
45% DE ABATIMENTO!!!**

**C.P.**

**ROSSIO**

**C. P. S. A. 1931**

**Lisboa desceva-se agora aos colados! Todas as semanas as excursões de fim de semana, que a C. P. inaugura, são grandes êxitos. São feitas a favor da Moçambique Turismo nos seus mais lindos pontos do país e incluem nos seus melhores hotéis. Tudo isso por preços que deixam de ser incríveis, porque toda a gente crê na sua barateza, correndo em bicha aos «gulchets» da Companhia.**

Fonte: Sempre Fixe, n.º 274, 20/08/1931, p. 1.

ANEXO 22 – Caricatura alusiva a Alfredo da Siva (1929)

**QUINTA-FEIRA**  
Lisboa--26 de Dezembro--1929

**5 TOS 10S**

**4.º ANO**

Este numero foi visado pela Comissão de Censura

**188**

sempre **fixe** semanário humorístico

Propriedade  
**RENASCENÇA GRAFICA**  
S. A. R. L.  
RUA LUZ SORIANO, 45

DIRECTOR E EDITOR  
**PEDRO BORDALLO**

Administração  
**REDACCAO E OFICINAS**  
TEL. T. 152, 153, 154  
RUA DA ROSA, 57

# O NATAL DO ALFREDINHO

Meu brinde de 50.000 "passivos" a um menino que descalçou os sapatinhos para não ficar "descalço."

Fonte: Sempre Fixe, n.º 188, 26/12/1929, p. 1.

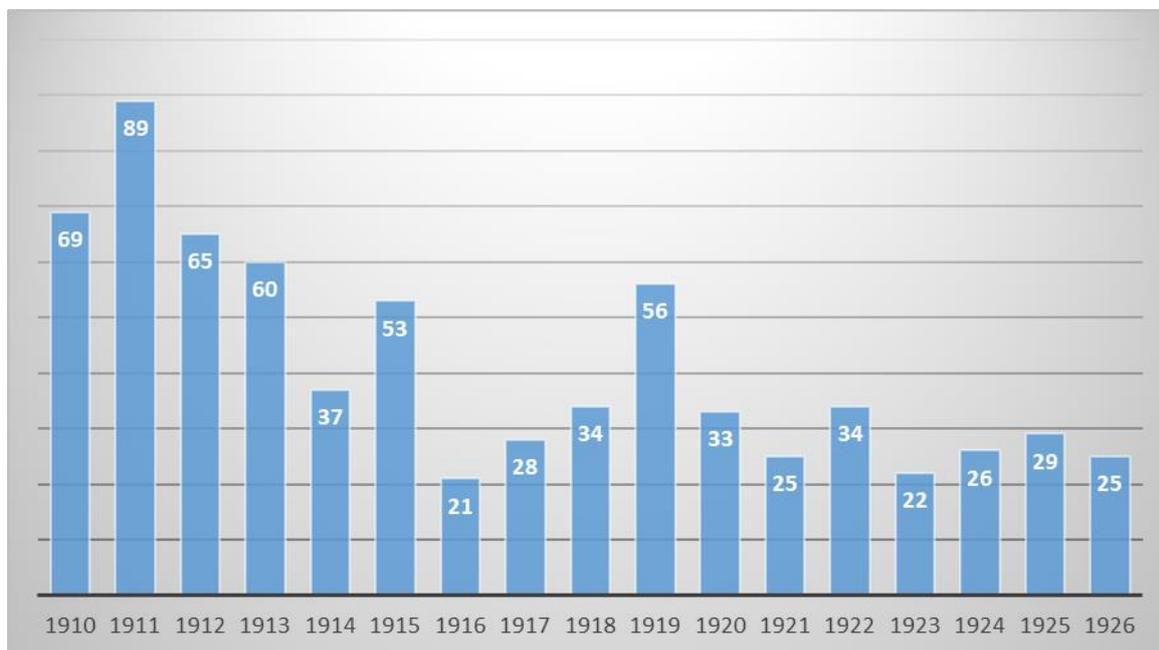


ANEXO 24 – Caricatura alusiva a Armando Ferreira (1926)



Fonte: *Sempre Fixe*, n.º 14, 12/08/1926, p. 5.

### Anexo 25 – Frequência de criação de periódicos republicanos na Primeira República (1910-1926)



Fonte: adaptado de Sá e Rego (2011).

ANEXO 26 – Caricatura alusiva à Carris (1926)



Fonte: *O Domingo Ilustrado*, n.º 91, 10/10/1926, p. 1.

## ANEXO 27 – Campanhas desenvolvidas pela imprensa contra empresários, empresas e sectores de actividade económica (1920-1932)

Entidade	Jornal	Tendência editorial	Ano(s)	Freq. de notícias
<i>EMPRESÁRIOS/EMPRESAS</i>				
Cândido Sotto Mayor <sup>10</sup>	<i>O Tempo</i>	Republicano	1920-1922	189
Alfredo da Silva	<i>O Tempo</i>	Republicano	1921-1922	10
<i>EMPRESAS</i>				
Martins & Rebelo	<i>O Tempo</i>	Republicano	1922	24
APT	<i>A Imprensa da Manhã</i>	Republicano	1922	8
	<i>A Situação</i>	Republicano	1928	14
	<i>Diário da Noite</i>	Republicano	1932	36
Carris	<i>Diário da Noite</i>	Republicano	1932	7
<i>SECTORES DE ACTIVIDADE</i>				
Seguros	<i>O Tempo</i>	Republicano	1921	4
Açúcar	<i>O Tempo</i>	Republicano	1921	5
<b>TOTAL</b>	---	---	---	<b>297</b>

Fonte: jornais *O Tempo*, *A Imprensa da Manhã*, *A Situação* e *Diário da Noite*.

<sup>10</sup> Esta campanha incidiu, sobretudo, na figura de Cândido Sotto Mayor – Pinto & Sotto Mayor, Agência Financial, Banco Colonial Português –, mas também nas suas empresas e no sócio António Vieira Pinto.

**ANEXO 28 – Notícias sobre a Carris publicadas pelo *Diário da Noite* (1932)**

#	Título completo	Data	pp.
1	Sindicato de Santo Amaro. Os “carrinhos de passeio” da Carris prejudicando a população lisboeta que trabalha.	02/02/1932	5
2	Os abusos da Carris. O “colosso” de Santo Amaro, depois de explorar o público reduz à fome o pessoal.	03/05/1932	5
3	A abusiva orientação do “colosso” de Santo Amaro.	04/05/1932	1
4	A Companhia Carris	05/05/1932	1 e 8
5	A péssima orientação da Carris. Para não empregar pessoal, a que é obrigada fornece mau serviço à população	11/05/1932	1 e 8
6	A Companhia Carris. Como ela serve o público que lhe aumenta a riqueza.	18/05/1932	1 e 8
7	A Companhia Carris. Como ela paga ao pessoal da Secção Eléctrica.	30/05/1932	5

**ANEXO 29 – Notícias sobre Cândido Sotto Mayor e as suas empresas<sup>11</sup>, publicadas no âmbito da campanha de *O Tempo* (1920-1922)**

#	Título completo	Data	pp.
1	O 'camarada' Sotto Mayor.	21/09/1920	1
2	Bezerro de ouro.	22/09/1920	1
3	O sr. Soto Maior e 'A Batalha'.	23/09/1920	1
4	Saibam quantos... O Sr. Sotto Maior alimentando financeiramente a propaganda bolchevista. Uma pergunta muito a propósito.	25/09/1920	2
5	Ainda... O sr. Sotto Maior não tuge nem muge; mas nós continuamos.	26/09/1920	1
6	Em pleno bolchevismo! Os srs. Pinto & Sotto Mayor donos de Lisboa.	07/10/1920	1
7	Dois banqueiros.	06/12/1920	1
8	Dois banqueiros.	07/12/1920	1
9	Fora com a burla!	11/12/1920	1
10	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. Intenção, declaração e apresentação do articulista.	28/12/1920	1
11	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. Considerações indispensáveis. 1.ª parte da Agência Financial do Rio de Janeiro.	29/12/1920	1
12	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. Um sonho. 2.ª parte da Agência Financial. O despertar.	30/12/1920	1
13	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A 'fita' da Agência Financial. O governo cobre por um lado e descobre por outro.	03/01/1921	2
14	Cândido Sotto-Mayor. A sua sentença está lavrada! A sua obra será a sua sepultura!	04/01/1921	1
15	O mercado das consciências!	05/01/1921	1
16	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A firma Sotto Mayor, Cunha Leal & Companhia. A grande negociata dos trigos.		
17	Sindicância! Sindicância!	06/01/1921	1
18	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. Antes que seja tarde é preciso agir. A infâmia da 'porta fechada' não se realizará.		
19	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A força da opinião pública. Entre Scylla e Caribides. O que o dinheiro consegue fazer, mas não provar.	07/01/1921	1
20	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. Em reforço da nossa campanha vem «O Mundo» defender a firma Sotto Maior, Cunhal Leal & Companhia.	08/01/1921	1
21	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A sangue frio! Uma carta do sr. Cunhal Leal. O 'truc' da sessão secreta! O paiz, farto de sombra, quer luz, muita luz!	10/01/1921	1
22	Pela ordem!	11/01/1921	1
23	Cândido Sotto Mayor. Compasso de espera!		
24	O banqueiro.	12/01/1921	1
25	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. O sr. Cunha Leal, insultando, condenou-se! O Banco de Portugal como último recurso!		
26	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A ambição desmedida não conhece limites. A Agência de posse do Banco de Portugal Em casa do sócio. Preparando o ataque.	13/01/1921	1
27	A Agência Financial.		2
28	Cândido Sotto-Mayor. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A	15/01/1921	1

<sup>11</sup> Agência Financial, casa bancária Pinto & Sotto Mayor, Banco Colonial Português e Banco Português do Brasil.

	maioria no Banco de Portugal. Começa o relato da ação nefasta do sr. Sotto Mayor na praça de Lisboa.		
29	Cândido Sotto-Major. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. A maioria no Banco de Portugal. Continua o relato da ação nefasta do sr. Sotto Mayor.	16/01/1921	1
30	Cândido Sotto-Major. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional. D'um passado de vergonha só se pode esperar um presente de crimes...	17/01/1921	2
31	Os corvos.	19/01/1921	1
32	Crónica financeira.		2
33	Cândido Sotto-Major. O cancro da finança ou A sanguessuga nacional.	20/01/1921	1
34	Amendoeiras e Goivos.	21/01/1921	1
35	A manobra.	26/01/1921	1
36	O sr. Sotto Maior e o Banco de Portugal.	27/01/1921	1
37	Notas financeiras. Um caso que urge resolver.		1
38	A voragem.	28/01/1921	1
39	A firma negra!	29/01/1921	1
40	Salto de tigre.	05/02/1921	1
41	Mais Sotto Mayor.	09/03/1921	1
42	Mais Sotto Mayor. O Banco Colonial Portuguez.	10/03/1921	1
43	O sr. Soto Maior e as suas empresas financeiras.	15/03/1921	1
44	Ditador da fome.	26/03/1921	1
45	Um caso grave.	28/03/1921	1
46	A questão dos trigos.	31/03/1921	1
47	Banditismo.	01/04/1921	1
48	Salteadores.	02/04/1921	1
49	Mais Sotto Mayor. Uma negra aza sobre Angola.	04/04/1921	1
50	Um grande vampiro! O banqueiro traidor. A responsabilidade da nossa miséria e da nossa ruína pertence a Sotto Maior.		
51	Uma aza negra sobre Angola. Norton-Soto Mayor entendidos.	05/04/1921	1
52	Sotto-Major.	06/04/1921	1
53	Pinto & Sotto Mayor jornalistas.	07/04/1921	1
54	Sotto Mayor.	11/04/1921	1
55	Os grandes criminosos. Resposta a Pinto & Sotto-Major.	12/04/1921	1
56	Venham as provas!	13/04/1921	1
57	Preâmbulo.		
58	Então as provas?!	14/04/1921	1
59	Os grandes criminosos. A Agência Financial e Sotto Mayor.		
60	O libelo acusatório. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto-Major I.		
61	Ainda a Financial.	15/04/1921	1
62	O libelo acusatório. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto-Major II.		
63	Respondendo.		
64	Pinto & Sotto Mayor.	16/04/1921	1
65	Ao Governo.	18/04/1921	1
66	Os banqueiros Pinto & Sotto Mayor são convidados mais uma vez a responder no prazo de 3 dias às perguntas aqui feitas, em nome do país, por Carlos de Abreu.		
67	Os grandes criminosos. Continuando.		
68	Ao paiz. 'O Tempo' publica o próprio manifesto de Pinto & Sotto Maior e pede ao Paiz que julgue o nosso procedimento e o dos banqueiros-criminosos.		4
69	Um caso gravíssimo.	19/04/1921	1
70	Brincar com fogo...		
71	Galeria dos criminosos célebres. Cândido Sotto-Major.		
72	Reptando Pinto & Sotto Maior.	20/04/1921	1
73	Pague aos homens!		
74	Bandarilhas de fogo	21/04/1921	1
75	A nossa campanha e a opinião pública.		

76	A nossa campanha e a opinião pública.	22/04/1921	1
77	No 'Século'.		
78	Galeria dos criminosos célebres. António Vieira Pinto.	23/04/1921	1
79	O ajuste de contas. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto Mayor IV.		
80	A nossa campanha e a opinião pública.		
81	n.d. <sup>12</sup>		
82	Ameaças	25/04/1921	1
83	Ainda não!		
84	O ajuste de contas. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto Mayor V. Quem é Carlos de Abreu? Vai o país sabê-lo!		
85	Pinto & Sotto Maior.	27/04/1921	1
86	A nossa campanha e a opinião pública.	28/04/1921	1
87	Expição.		
88	O crime.		
89	O ajuste de contas. Réplica aos banqueiros Pinto & Sotto Mayor VII. Uma carta onde se defendem os banqueiros.		
90	Pinto & Sotto Mayor.	29/04/1921	1
91	Cândido Sotto Mayor Júnior.		
92	A nossa campanha e a opinião pública.		
93	Vamos a isso!		
94	Aos banqueiros Pinto & Sotto Mayor foi enviada uma carta pelo nosso colaborador Carlos de Abreu.		
95	A nossa campanha.	30/04/1921	1
96	Chegou!		
97	Os trigos.		
98	A nossa campanha e a opinião pública.		
99	Um reptol!	03/05/1921	1
100	Ameaças		
101	A autópsia. Quem são Pinto & Sotto Maior?		
102	A nossa campanha e a opinião pública.	04/05/1921	1
103	Sob ruínas.		
104	A autópsia.		
105	A nossa campanha e a opinião pública.		
106	Pinto & Sotto Mayor.	05/05/1921	1
107	A nossa campanha e a opinião pública.		
108	Moralidade bancária!	06/05/1921	1
109	O saque.		
110	A nossa campanha e a opinião pública.		
111	A nossa campanha e a opinião pública.	07/05/1921	1
112	A nossa campanha. As provas.		
113	Pinto & Sotto Mayor. Um golpe de Estado. Nem uma República. Nem uma Monarquia. O que eles querem é um regime de ambiciosos e argentários.		
114	Pinto & Sotto Mayor.	08/05/1921	1
115	A nossa campanha.		
116	Basta!	09/05/1921	2
117	A questão Sotto Mayor. Os criminosos I. Cândido Sotto Mayor. Introito.	10/05/1921	1
118	Vinhos e trigos A quadrilha da morte. É preciso exportar os vinhos, custe o que custar e doa a quem doer!		
119	A nossa campanha.		
120	A nossa campanha e a opinião pública.		
121	Pinto & Sotto Mayor. Os criminosos I. Cândido Sotto Mayor. Introito.	11/05/1921	1
122	A 'Pieuvre' no Banco de Portugal. Ele! Sotto Mayor estende, longamente, os seus terríveis tentáculos.		
123	A nossa campanha.		

<sup>12</sup> A edição em que este artigo – referido no artigo de 31/03/1922 – foi publicado não existe na BNP.

124	A questão Sotto Mayor. Os criminosos I. Cândido Sotto Mayor. Demonstrando.	12/05/1921	1
125	Trigos e vinhos. Um golpe de preto. Pinto & Sotto Mayor os chefes da quadrilha pretendem aniquilar o Douro!		1-2
126	A nossa campanha e a opinião pública.		2
127	A nossa campanha.	13/05/1921	1
128	Torpedeamento.		
129	Isso não!		
130	A quadrilha da morte. O indiscutível! I. Uma proeza do banqueiro Sotto Mayor.		
131	A questão Sotto Mayor. Os criminosos I. Cândido Sotto Mayor. Os seus primeiros crimes.	14/05/1921	1
132	O indiscutível.		
133	A nossa campanha e a opinião pública.		2
134	A nossa campanha.	16/05/1921	1
135	A quadrilha da morte. O indiscutível! II. O que é a Agência Finacial.		2
136	A quadrilha da morte. O indiscutível! III. A Agência Finacial foi sempre o pesadelo dos banqueiros.	18/05/1921	1
137	A nossa campanha e a opinião pública.		
138	Nós. A nossa traição.	19/05/1921	1
139	Pinto & Sotto Mayor. Jornalistas...		
140	Alto e bom som!		
141	A nossa campanha. O sr. Cameira.	01/06/1921	1
142	Uma explicação.	02/06/1921	1
143	A questão Sotto Mayor. Nós e o sr. Cameira.	04/06/1921	1
144	A questão Sotto Mayor. O incidente 'Tempo' - Cameira.	16/06/1921	1
145	A Agência Finacial.	17/06/1921	1
146	Em volta da Agência Finacial.	22/06/1921	1
147	Campanhas	25/06/1921	1
148	A' Manhã.	27/07/1921	1
149	Os sinistros Pinto & Sotto Mayor.	03/12/1921	1
150	O Banco de Portugal nas garras de Sotto Mayor.	02/03/1922	1
151	O Banco de Portugal nas mãos de Pinto & Sotto Maior.	04/03/1921	1
152	Manobras financeiras. O sr. Cunha Leal, o Banco Central e a Agência Finaceira.	10/03/1921	1
153	Agência Finacial.	13/03/1922	1
154	A quadrilha Pinto & Sotto Mayor. O Banco Colonial Portuguez e as novas proezas de António Vieira Pinto		
155	Pinto & Sotto Mayor mandam atacar O TEMPO no 'Diário de Lisboa'.		
156	Abaixo os vendilhões da pátria!	18/03/1922	1
157	Provas! Provas! Provas! A negociata a Agência Finacial julgada pela imprensa portugueza.		
158	Penas e bacamartes.	20/03/1922	1-2
159	Resposta a dois.		
160	Para registar.		
161	Venha o documento!	23/03/1922	1
162	Sem tréguas.		
163	Um documento.		
164	O que foi a Finacial.		
165	Última hora. O documento.		
166	Venham provas.		
167	O parto da montanha. Um padre renegado, um empresário em cena, dois banqueiros criminosos, dois espiões atrás de um reposteiro. Síntese: comédia e lama.	24/03/1922	1
168	O celebre documento n.º 3.		
169	Repto aos caluniadores.	25/03/1922	1
170	A demência.		
171	Pisando lama. O documento n.º 3.		
		27/03/1922	1
		28/03/1922	1

172	Desfazendo a calúnia. Dois documentos verdadeiros: o nosso contrato de publicidade, integralmente cumprido. Um documento falso: a magia de um empresário.		
173	Vencemos!	29/03/1922	1
174	A tragédia da vida cara. Uma comovente carta. Leia-a o sr. António Vieira Pinto.		
175	Ao país. Porque suspendemos e porque recomeçámos a campanha Pinto & Sotto Mayor.	31/03/1922	1
176	Os abonadores de Pinto & Sotto Mayor.	01/04/1922	1
177	A comédia dos comediantes.		
178	Crime de lesa pátria.	10/04/1922	1
179	Uma obra de traição. A desvalorização a moeda portuguesa.		
180	Um crime misterioso. A 'lealdade' do 'Diário de Lisboa'.		
181	Pinto & Sotto Mayor. Um parêntesis e uma resposta.	11/04/1922	1
182	Campanhas e campanhas.	12/04/1922	1
183	Para o país saber!	17/04/1922	1
184	Os defensores de Pinto & Sotto Mayor. Os 'papos secos' do Diário de Lisboa – Providências, sr. comandante da polícia!		
185	Podridão.		
186	Certos negócios. A Financial. Coisas espantosas que nela se têm passado e que um seu antigo funcionário contou.	21/04/1922	1
187	Agência Financial no Rio de Janeiro.	24/04/1922	2
188	Papos secos.	26/04/1922	2
189	O Fairey-16. Pinto & Sotto Mayor insistem! E nós insistimos, também, salvaguardando a hora de Portugal.		

**ANEXO 30 – Notícias sobre a empresa Martins & Rebelo publicadas no âmbito da campanha de *O Tempo* (1922)**

#	Título completo	Data	pp.
1	[ <i>não existe na BNP</i> ]	15/02/1922	2
2	A vida encarece... O negócio da manteiga ou o moderno negócio da China.	16/02/1922	2
3	A vida encarece... O negócio da manteiga ou o moderno negócio da China. É preciso acabar-se com a pouca vergonha do preço da manteiga – Tem a palavra o sr. Falcão Trigoso.	18/02/1922	2
4	A vida encarece... O negócio da manteiga ou o moderno negócio da China. Resposta clara a uma carta confusa.	21/02/1922	2
5	A vida encarece... O negócio da manteiga ou o moderno negócio da China. Onde se prova, pelas próprias palavras do sr. Rebelo, que o seu “negócio” deixa um “lucro” de 100 p.c.	22/02/1922	1
6	A vida cara. O negócio da manteiga. Porque não intervém o sr. Falcão Trigoso?	23/02/1922	1
7	A questão da manteiga.	24/02/1922	2
8	A vida cara. Vamos ter manteiga mais barata. Continuando a descobrir a careca aos srs. Martins & Rebelo.	25/02/1922	2
9	A vida cara. Já há manteiga a 8 escudos.	27/02/1922	1
10	A vida cara. A manteiga inglesa custa pouco mais de 6 escudos.	01/03/1922	1
11	A vida cara. O negócio da manteiga. É preciso que a firma Martins & Rebelo dê explicações ao público – Se as não der teremos todos o direito de fazer as piores suposições acerca do seu comércio e da sua indústria.	02/03/1922	2
12	Cadeia! A firma Martins & Rebelo está desacreditando a indústria nacional de lacticínios.	06/03/1922	2
13	A questão da manteiga. “O Tempo” vai começar a publicar as provas. Até lá que ninguém compre manteiga da marca UNIÃO.	07/03/1922	1
14	A questão da manteiga. Aviso ao público.	08/03/1922	2
15	Para onde caminhamos? Cesse tudo o que a musa antiga canta. Manteiga com 50 p.c. de água e gorduras artificiais!	09/03/1922	2
16	Abaixo os falsificadores! Para quem nos envenena, o castigo mais suave é a forca.	11/03/1922	1
17	A questão da manteiga.	13/03/1922	1
18	A questão da manteiga. Querelados!	14/03/1922	1
19	A questão das manteigas. Querelados, porquê? OTEMPO mantém tudo quanto disse e continua a pôr as suas colunas à disposição da firma Martins & Rebelo para que ela se possa justificar das acusações que lhe fizemos. O processo corre: a campanha continua.	15/03/1922	1
20	A vida cara. A questão da manteiga. Quem pôs o sr. Peres Trancoso na rua? Falsificando e caloteando é fácil ser-se milionário em Portugal.	17/03/1922	2
21	Manteiga falsificada. Quando intervirá o ministério da Agricultura?	18/03/1922	1
22	Quebrando os dentes à calúnia. Os exploradores manteigueiros pretendem deitar poeira nos olhos do público para que não veja as suas explorações – e para isso processam e difamam O TEMPO.	20/03/1922	2
23	A firma Martins & Rebelo calunia – e cala-se...	21/03/1922	1
24	Depois de falsificadores de manteigas, caluniadores de reputações!	23/03/1922	1-2

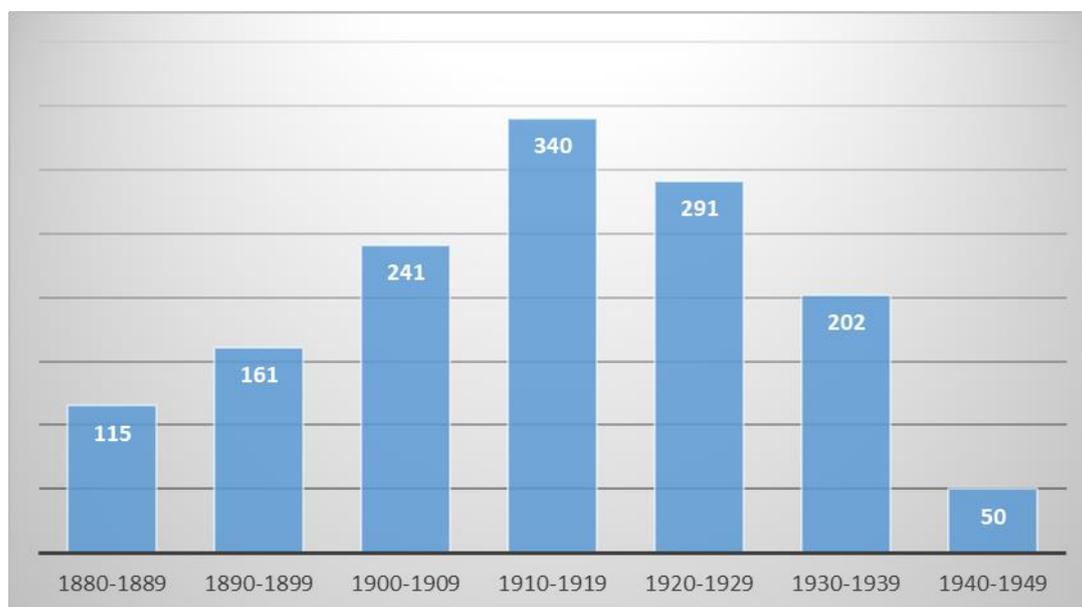
**ANEXO 31 – Notícias sobre Alfredo da Silva e as suas empresas, publicadas no âmbito da campanha de *O Tempo* (1921-1922)<sup>13</sup>**

#	Título completo	Data	pp.
1	A valsa dos câmbios.	22/06/1921	1
2	O Sr. Silva.	23/07/1921	1
3	Em nome da Alemanha.		1
4	? Porque e para que mandou o sr. Alfredo da Silva vir um automóvel blindado do estrangeiro? Se quiser, dir-lhe-emos o número do despacho na Alfândega.		1
5	Um caso patológico.	25/07/1921	1
6	Respondendo à 'Imprensa da Manhã'.	27/07/1921	1
7	Campanhas. <sup>14</sup>	27/07/1921	1
8	Traição! Traição! A garra dum ambicioso ou Alfredo da Silva o apóstolo do crime. Desmascaremo-lo!	07/01/1922	2
9	A obra vermelha do industrial da morte! Quem inspirou a «Imprensa da Manhã». O 19 de Outubro é uma obra do jornal. Falemos, pois, de Alfredo da Silva.	10/01/1922	2
10	O criminoso maior dos assassinios de 19 é Alfredo da Silva. Das suas ligações com o celebre grupo dos 13.	12/01/1922	2

<sup>13</sup> A campanha foi interrompida em julho de 1921 devido a doença do diretor de *O Tempo*.

<sup>14</sup> Esta notícia refere-se, de igual forma, a Cândido Sotto-Mayor e a Alfredo da Silva, razão pela qual a contabilizámos duplamente, inscrevendo-o nos quadros referentes a ambos os empresários.

### Anexo 32 – Frequência de criação de periódicos operários (1880-1949)

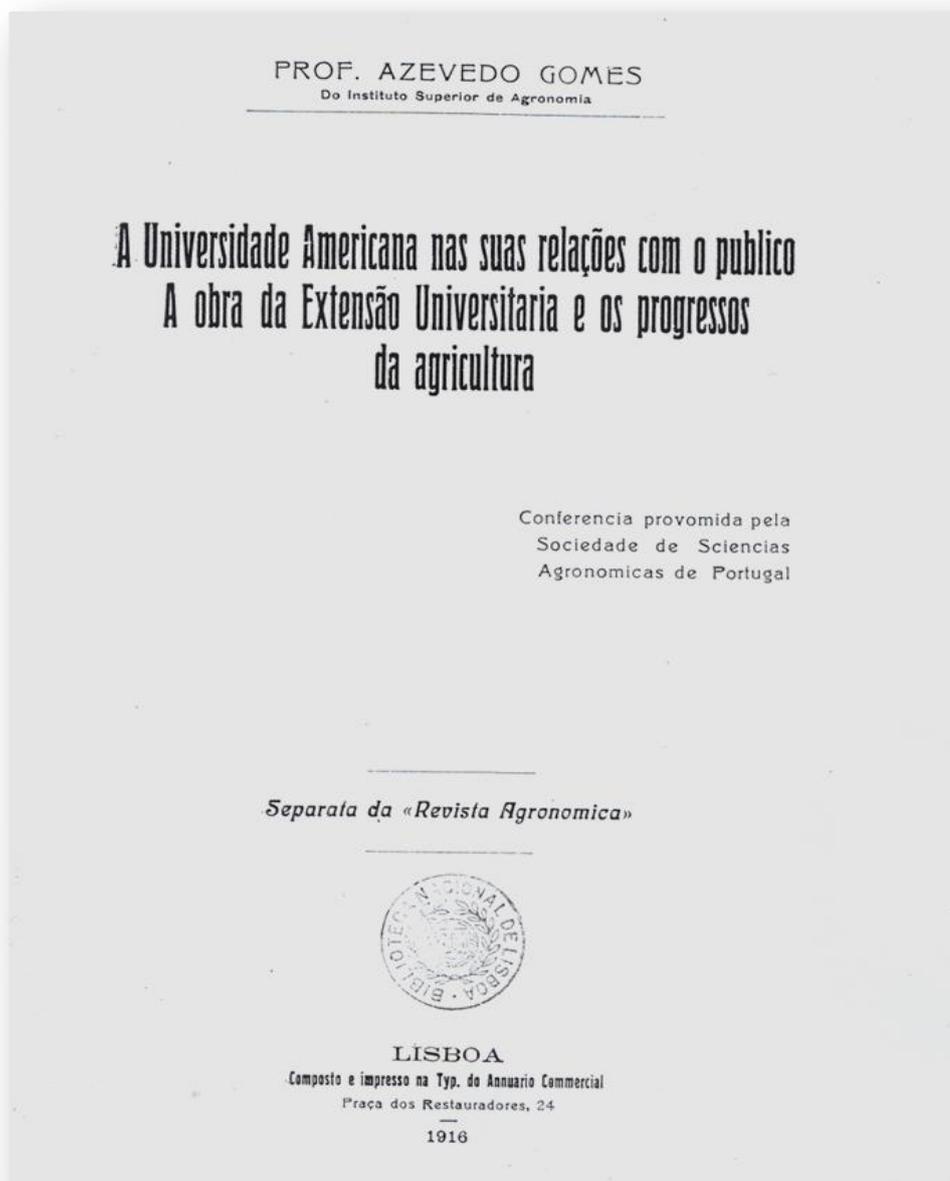


Fonte: adaptado de Sá (1991: 17).

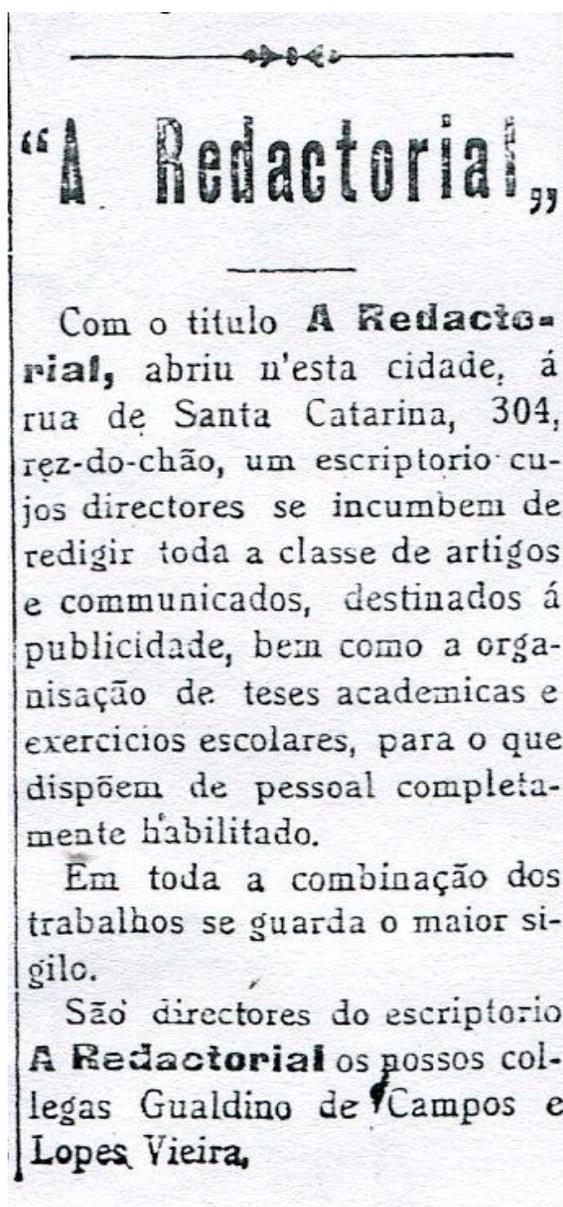




**ANEXO 34 – Capa da separata *A Universidade Americana nas suas relações com o público. A obra da Extensão Universitária e os progressos da agricultura* (1916)**



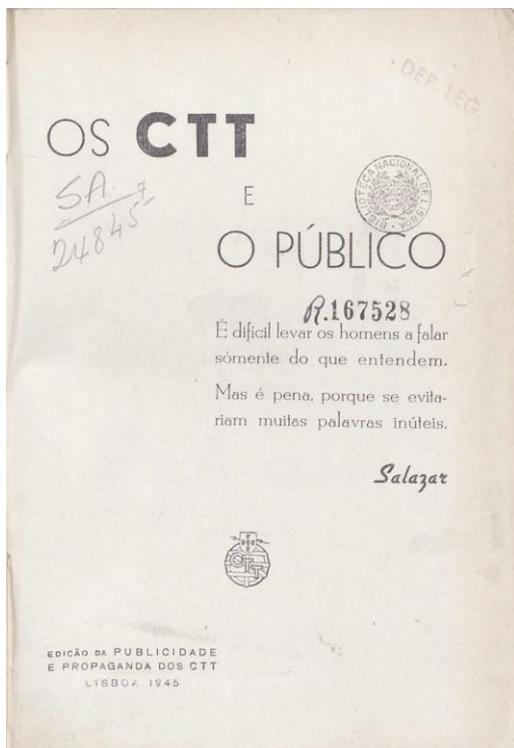
## ANEXO 35 – Notícia sobre A Redactorial (1917)



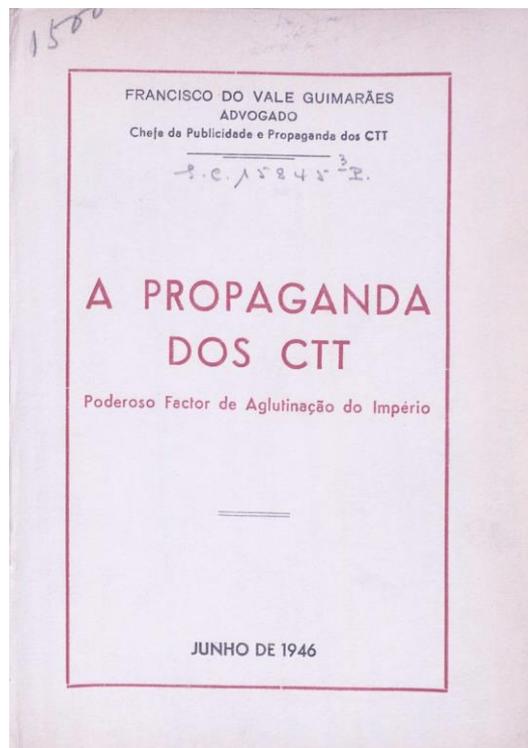
Fonte: *O Primeiro de Janeiro*, n.º 64, 17/03/1917, p. 1.

N.B: o anúncio não está à escala original, tendo sido ampliado para melhor leitura.

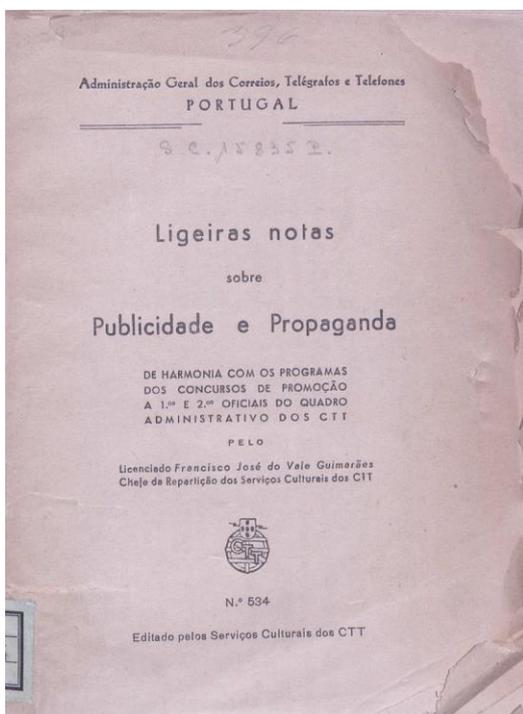
## ANEXO 36 – Edições dos CTT na área da Publicidade e da Propaganda (1945-1949)



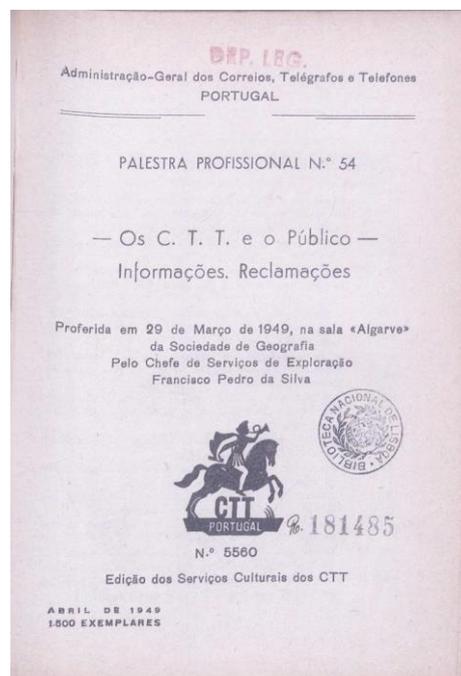
Capa da brochura *Os CTT e o Público* (1945)



Capa da brochura *A Propaganda dos CTT. Poderoso factor de aglutinação do Império* (1946)



Capa da brochura *Ligeiras notas sobre Publicidade e Propaganda* (1949)



Capa da brochura *Os CTT e o Público. Informações e Reclamações* (1949)

## ANEXO 37 – Anúncio das Fábricas Vulcano e Collares (1915)

**Fabricas Vulcano  
e Collares  
TELEPHONES**

**C**ARLOS Alfredo da Silva, successor de Carlos Alves & C.<sup>a</sup> e de Moniz Galvão & C.<sup>a</sup>, proprietário das Fabricas Vulcano e Collares previne os seus Ex.<sup>mos</sup> Amigos e Clientes de que em virtude do inqualificavel procedimento da Companhia dos Telephones que não presta attenção alguma ás reclamações que lhe tem feito quer por escripto quer pelo telephone, acerca do pessimo serviço telephónico, interrompeu desde hoje o serviço dos telephones Central 69, Central 70 e Norte 299, rogando-lhes enviem todas as communicações ou pelo correio ou por portador, a fim de obter um serviço mais rapido.

Fonte: *Diário de Notícias*, n.º 17841, 10/07/1915, p. 6.

N.B: o anúncio não está à escala original, tendo sido ampliado para melhor leitura.

Transcrição: “Carlos Alfredo da Silva, successor de Carlos Alves & C.<sup>a</sup> e de Moniz Galvão & C.<sup>a</sup>, proprietário das Fábricas Vulcano e Collares previne os seus Exmos. Amigos e Clientes de que em virtude do inqualificável procedimento da Companhia dos Telefones que não presta atenção alguma às reclamações que lhe têm feito quer por escrito quer pelo telefone, acerca do péssimo serviço telefónico, interrompeu desde hoje o serviço dos telefones Central 69, Central 70 e Norte 299, rogando-lhes enviem todas as comunicações ou pelo correio ou por portador a fim de obter um serviço mais rápido”

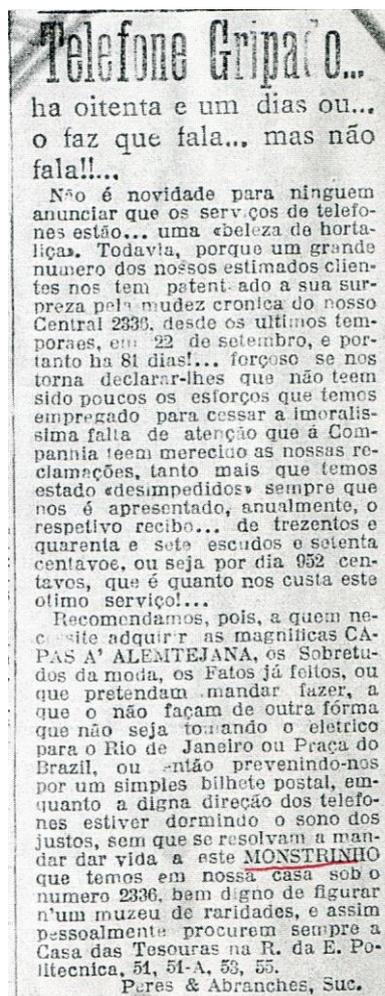
### ANEXO 38 – Anúncio da Fábrica Âncora (1921)



Fonte: *Diário de Notícias*, n.º 20050, 09/11/1921, p. 3.

N.B: o anúncio não está à escala original, tendo sido ampliado para melhor leitura.

## ANEXO 39 – Anúncio da Casa das Tesouras (1921)



Fonte: adaptado do livro de recortes de imprensa da APT

(AHFPC, espólio APT, A001639, Recortes de imprensa, Vol. 1 [1914-1922])

Transcrição do texto informativo: “Não é novidade para ninguém anunciar que os serviços de telefones estão... uma «beleza de hortaliça». Todavia, porque um grande número dos nossos estimados clientes nos tem patenteado a sua surpresa pela mudez crónica do nosso Central 2336, desde os últimos temporaes, em 22 de Setembro, e portanto há 81 dias!... forçoso se nos torna declarar-lhes que não têm sido poucos os esforços que temos empregado para cessar a imoralíssima falta de atenção que à Companhia têm merecido as nossas reclamações, tanto mais que temos estado «desimpedidos» sempre que nos é apresentado, anualmente, o respetivo recibo... de trezentos e quarenta e sete escudos e setenta centavos, ou seja por dia 952 centavos, que é quanto nos custa este ótimo serviço!...

Recomendamos, pois, a quem necessite adquirir as magníficas CAPAS À ALENTEJANA, os Sobretudos da moda, os Fatos já feitos, ou que pretendam mandar fazer, a que o não façam de outra forma que não seja tomando o eléctrico para o Rio de Janeiro ou Praça do Brasil, ou então prevenindo-nos por um simples bilhete postal, enquanto a digna direcção dos telefones estiver dormindo o sono dos justos, sem que se resolvam a mandar dar vida a este MONSTRINHO que temos em nossa casa sob o número 2336, bem digno de figurar num museu de raridades, e assim pessoalmente procurem sempre a Casa das Tesouras [...].”

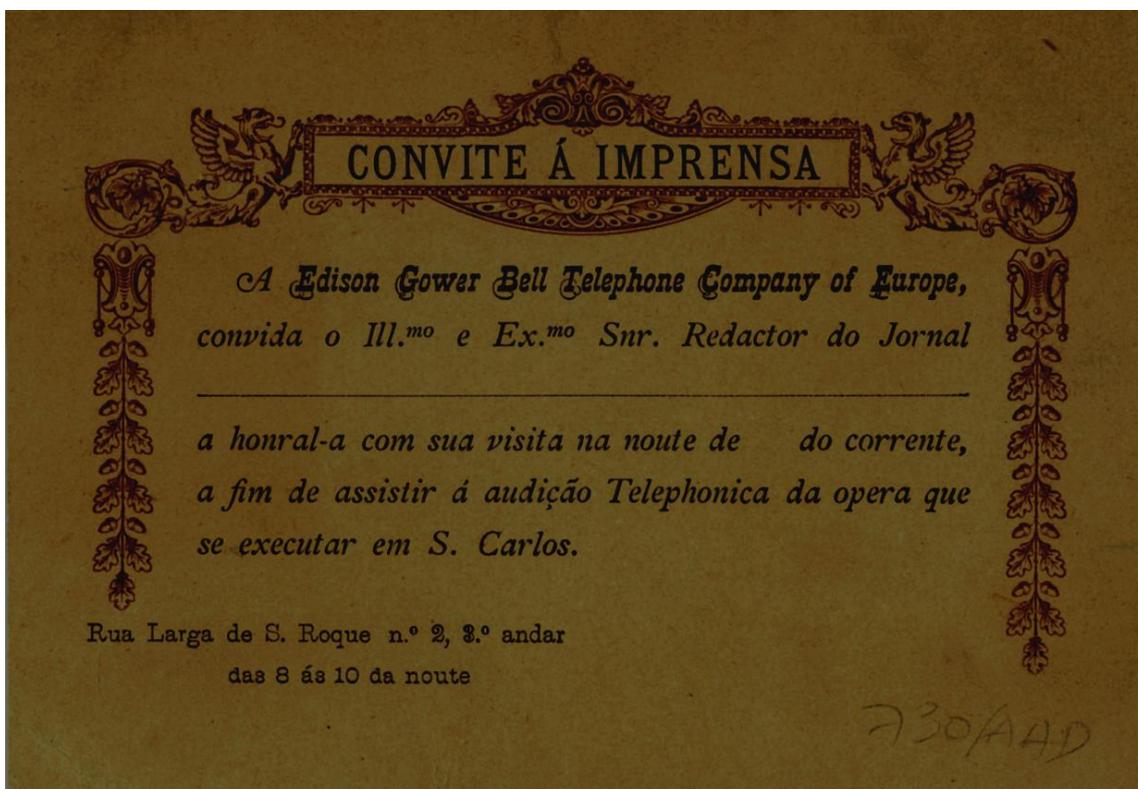
**ANEXO 40 – Caricatura “Uma chamada ao Telephone!” (1919)**



Fonte: *Os Ridículos*, n.º 1404, 18/06/1919, p. 1.

**ANEXO 41 – Convite à imprensa efetuado pela EGBTCE (s.d.)**

[século XIX]



Fonte: AHFPC, espólio APT.

**ANEXO 42 – Ordem de Serviço que nomeou Armando Ferreira secretário executivo para as relações com o público (1935)**

*Mr. Williams* 141

ORDEM DE SERVIÇO Nº. 3504 - 25 DE MAIO DE 1935.

A partir de 1 do corrente efectuaram-se as seguintes modificações no pessoal superior:-

O Snr. R. Valle é nomeado Engenheiro Chefe Adjunto (Serviços internos) encarregado-se das Secções de Trafego, Aparelhos e Conservação.

O Snr. J.D. Smart foi nomeado Engenheiro Chefe Adjunto ficando a seu cargo os serviços de projectos, orçamentos e construção de Linhas.

O Snr. W.G. Connell foi nomeado Engenheiro Executivo encarregado da Construcção de Linhas.

O Snr. R. Thorp foi nomeado Engenheiro Executivo encarregado dos serviços de engenharia do districto do Porto.

O Snr. G. Pinheiro Chagas foi nomeado Engenheiro Executivo encarregado das Oficinas, Montadores e Transportes.

O Snr. G.W.B. Pope foi nomeado Engenheiro Executivo em exercicio encarregado dos serviços de aparelhos e conservação.

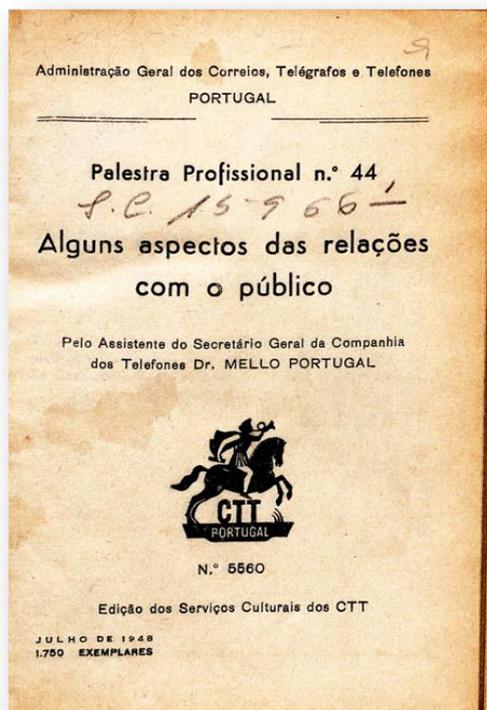
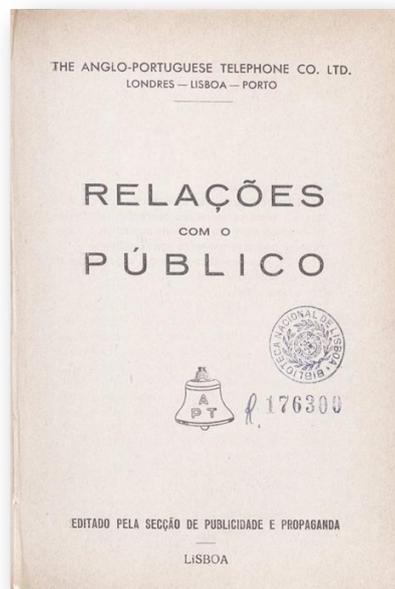
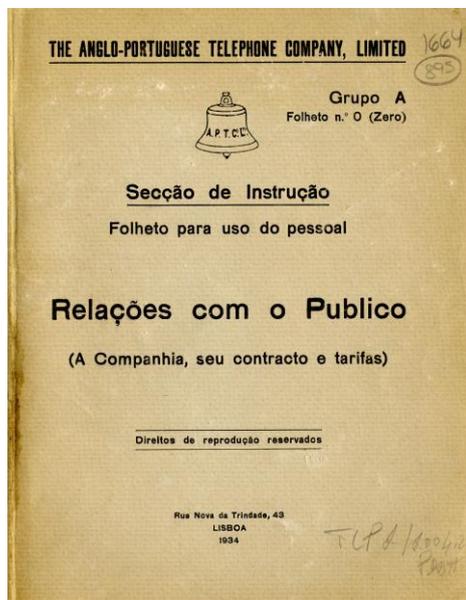
O Snr. Armando Ferreira foi nomeado Secretario Executivo para as relações com o publico.

O ADMINISTRADOR O ADMINISTRADOR GERAL.

*[Signature]* *[Signature]*

AHFPC, espólio APT, A001634, Livro de Ordens de Serviço (1920-1949), O/S n.º 3504, de 25 de maio de 1935.

## ANEXO 43 – Edições da APT e dos CTT sobre as Relações com o Público na APT (1934-1948)



**ANEXO 44 – Anúncios da TDA adaptados pela APT (1920-1930)**



**UNRECORDED 'PHONE CALLS**  
No. 1.

**HENRY VIII**, for all his young ideas, was not on the telephone. Never in his life did he lift a telephone-receiver; though, in the matter of wives, he may sometimes have thought that he'd been given the wrong number.

But think what a man like Henry might have done with the 'phone! The meetings he'd have arranged, the schemes he'd have hatched, the hustle he'd have put into things in general!

The telephone-bell in the Divorce Court would never have been silent, the wires between London and Rome would have fairly hummed, and Wolsey's life would have been even more interesting than it was. All the expense of the Field of the Cloth of Gold would have been saved. A trunk call to Paris; and, 'zounds, 'tis done.

But Henry had to rub along without the 'phone; because he was only a poor old Tudor, and couldn't do any better. But you're a Georgian; you should be four hundred years in advance of Henry.

**Are you? Are you on the 'phone?**

**THE TELEPHONE COSTS**  
NOTHING—for instal.  
NOTHING—for the calls you receive.  
A PENNY—for each local call you make.  
2/6 A WEEK—for Rental. Still less outside London.

**COUPON FOR FREE BOOKLET**  
To TELEPHONE DEVELOPMENT ASSOCIATION,  
Bedford Street, Strand, London, W.C.2. Telephone: Regent 6324 5.

NAME.....  
ADDRESS.....

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, "Unrecorded 'Phone Calls N.º 1".



**O que pode representar o telefone na vida da humanidade!**

Se D. Afonso Henriques tivesse um telefone seriam certamente outras as suas **conquistas**.

O telefone é o grande economizador de **tempo**.

A **rapidez** dos ataques de D. Afonso Henriques, resultando sempre em vitórias, traduz-se na vida moderna, pela rapidez e precisão das ordens a dar; o **telefone** é a melhor arma para se vencer na vida moderna.

**E porque não ter telefone?**

Ele custa-vos: **Nada de instalação**  
**Um tanto por mês**  
**Nada pelas chamadas recebidas**  
**Um tanto por cada chamada**

A Companhia tem várias soluções para o vosso orçamento, e dar-vos-há a escolher a melhor forma de pagamento.  
Dirija-se pelo telefone ou pelo correio à Companhia, e um seu representante vos procurará, para, sem mais incómodos, vos instalar um telefone.

**THE ANGLO PORTUGUESE TELEPHONE CO. LTD.**  
RUA NOVA DA TRINDADE, 43  
Telefone 4500  
LISBOA

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001641, Livro de Publicidade, Vol. I, "O que pode representar o telefone na vida da humanidade".

**THE TELEPHONE**  
AND A FEW OF ITS MANY USES

**FIXED FREE**  
**A PENNY A CALL**  
**RENT 2/4\* PER WEEK**

\* Still less outside the City area.

TELEPHONE DEVELOPMENT ASSOCIATION  
10, BEDFORD ST., LONDON, W.C.2. (REGENT 6224/5)

RONALD MASSEY  
LONDON

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, “The Telephone and a Few of Its Many Uses”.

**Porque não instala um telefone?**

O telefone põe-vos em comunicação em alguns segundos com os vossos amigos, parentes, conhecidos e com todas as pessoas que tem telefone.

Com um telefone em vossa casa, estareis ao abrigo das desagradáveis surpresas do isolamento, podendo chamar rapidamente a polícia, os bombeiros, o medico, etc.

As muralhas da China são hoje ruínas; porque haveis de estar separados do mundo pela muralha das paredes da vossa própria casa?

**Uma pequena instalação  
uma taxa mensal**

são o suficiente para quebrar o isolamento da vossa vida.

PEÇA INFORMAÇÕES À

**THE ANGLO-PORTUGUESE  
TELEPHONE CO. LTD.**

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001641, Livro de Publicidade, Vol. I, “Porque não instala um telefone?”

TALKS ON THE TELEPHONE No. 1



**More telephones mean more employment . . . .**

EVERY million pounds invested in developing the telephone system:  
gives employment to 6,500 people,  
adds at least 12,000 instruments to the existing system,  
yields an annual revenue of £160,000.

**More telephones mean better communications, increased trade and more employment.**

Telephone instruments, exchange equipment, cables, batteries, ducts and the hundred and one raw materials that go to produce these are manufactured in British factories.

In proportion to the demand for more telephones, these factories are busy and employment is created by the

building of new exchanges, the digging of trenches, the erection of posts, to say nothing of the constantly increasing technical and clerical staffs which are necessary to operate and maintain the system at the highest possible point of efficiency.

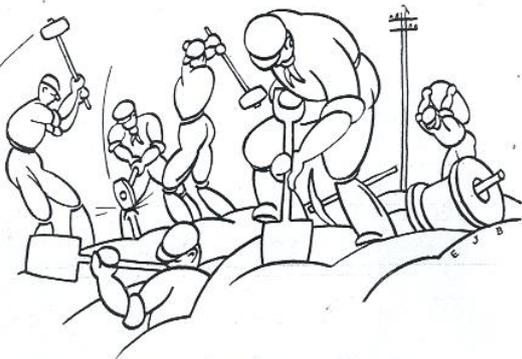
**This country needs more telephones.**

It is alarmingly behind other progressive countries in its number of telephones per thousand of population.



Issued by The Telephone Development Association, Aldine House, 10-13, Bedford Street, London, W.C.2

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, Talks on the Telephone No. 1, “More telephones mean more employment...”.



No programa de trabalhos a realizar em 1928, figura a ampliação da rede de cabos subterrâneos em toda a cidade, conforme se está realizando presentemente.

Dentro em breve Lisboa possuirá, com as suas centrais modernas, Norte e Trindade, com a sua rede subterrânea com material novo e prevendo o futuro desenvolvimento da capital, uma das mais eficientes redes telefónicas do mundo.

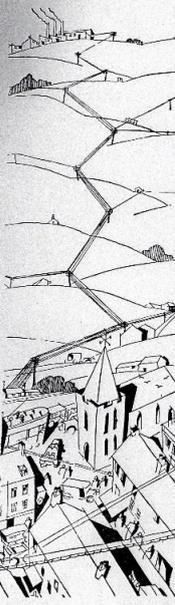
Cada aparelho telefónico aumenta o seu valor de utilidade pública, pois maior é o seu raio de acção. Nenhum comerciante ou industrial do século XX deve deixar de ter um telefone à sua mesa de trabalho.

The Anglo-Portuguese Telephone Co. L<sup>da</sup>  
Rua Nova da Trindade, 43  
LISBOA

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001641, Livro de Publicidade, Vol. I, [Ampliação de rede de cabos subterrâneos].

TALKS ON THE TELEPHONE NO. 6

## The Nerves of the Nation



A nation without telephones would be numb and insentient. They are the nerves of a nation—an intricate network by which the several limbs and members are linked. Telephones have become vital to human intercourse, yet nine countries have better telephone facilities than we!

Not better service, understand. Even American telephones are no more efficient than our own. Our telephone service is as good as any. But too few people make use of it.

More telephones—and telephones more frequently used—mean brisker business, increased efficiency and greater national prosperity.

Every effort should therefore be made to develop the growth of this service. It is a profitable investment. The £70,000,000 already invested in the British telephone system yield a profit to the nation.

The Americans have invested £700,000,000, producing not only steady revenues but a vast amount of employment and incalculable benefits to business and social life.

Our present national programme of telephone development is vigorously and enthusiastically pursued by those responsible, but with the steadily increasing demand from the public for a prompt provision of this most essential service, there is ample warranty for acceleration and expansion of that programme.

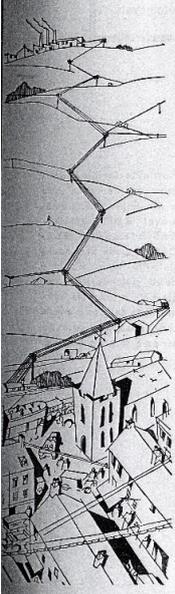


Issued by The Telephone Development Association, Alhine House, 10-13, Bedford Street, London, W.C.2.  
Telephone: RECENT 2155.

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, Talks on the Telephone No. 6., "The Nerves of the Nation".

O COMERCIO PORTUGUES

## Os Nervos da Nação



Uma Nação sem telefones é atrofiada e insensível.

Os Nervos da Nação são as suas linhas telefónicas, ligando os pontos mais afastados aos grandes centros e transmitindo-lhes vida, o movimento, a acção.

No século XX, os telefones tornaram-se uma necessidade vital.

O serviço telefónico de Lisboa e seus arredores é tão bom ou melhor do que o do estrangeiro.

O número de pessoas que possuem telefones é notável. Todos os esforços da Companhia são no sentido de desenvolver a sua rede. Pela disseminação virá a redução do seu custo. Muitos telefones, e toda a vida social, comercial e industrial fazendo-se rapidamente aturar a sua rede, será sinónimo de prosperidade, trabalho e civilização.

Actualmente Lisboa tem 3 estações telefónicas dentro da cidade e 4 Sub-Urbanas. A estação Trindade, modelar em qualquer parte do mundo, está sendo amplada para mais 5000 assinantes. Dentro de pouco tempo, todas as residências, todas as casas comerciais estarão ligadas a esta imensa rede.

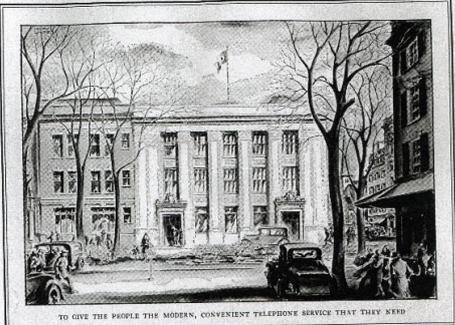
Fóra de Lisboa, numa área de 30 quilómetros, há cerca de 20 estações às quais estão ligados centenas de telefones, tornando uma vasta rede circulatória de vida comercial e social.

Haverá alguém que viva isolado nas muralhas da sua casa, quando por um pequeno dispêndio mensal, facilmente compensável na economia de recados e nas vantagens de ter ao alcance da mão, a polícia, os serviços de incêndio, os médicos, etc., pode fazer parte da vida da sua cidade, do seu país, de toda a humanidade? ...

A The Anglo Portuguese Telephone Co. Ltd. prestará a V. Ex.ª todos os esclarecimentos sobre preços e facilidades para a montagem dum telefone em sua casa.

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001641, Livro de Publicidade, Vol. I, "Os Nervos da Nação".

**ANEXO 45 – Exemplo de quatro anúncios da AT&T presentes no espólio da APT (s.d)**



TO GIVE THE PEOPLE THE MODERN, CONVENIENT TELEPHONE SERVICE THAT THEY NEED

### The Bell Telephone Company . . . of your town

*An Advertisement of the American Telephone and Telegraph Company*

It was its home in your town. Its operators are the daughters of your neighbors. Its various departments are in the hands of your own citizens, with years of training in telephone engineering and management. Who owns the Bell System? 420,000 people scattered over the United States own the stock of the American Telephone and Telegraph Company and 250,000 own other securities of the Bell System.

No matter how small the part of the Bell System that serves you, it has behind it research, engineering and manufacture on a national scale. The Bell System operates through 24 companies, each designed to fit the particular area it serves—to furnish the highest standard of service in a manner personal to the needs of every user.

Serving each of these 24 operating companies is the staff of the American Telephone and Telegraph Company,

which is constantly developing better methods of telephone communication. Each draws on the findings of the Bell Laboratories, one of the greatest institutions of its kind in the world, for the continual scientific improvement of telephone service. Each has the benefit of the buying power and specialized manufacturing processes of the Western Electric Company, which supplies telephone apparatus of the highest quality and precision for the entire Bell System. Each takes advantage of every improvement in practice, equipment and economy.

The Bell System's ideal is to give all of the people of this nation the kind of modern, convenient telephone service that they want, over its wires to connect them one with another and with the telephones of the rest of the world. It is your telephone company, at your service with every resource that it commands.



Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, “The Bell Telephone Company... of your town”.

Nota: atente-se no âmbito institucional do anúncio.

## WHAT IS THE A · T · & T · ?



ALL THAT MOST PEOPLE see of the telephone company are a telephone and a few feet of wire.

But through that telephone you can talk with any one of millions of people, all linked together by the web of equipment of the Bell System.

All its efforts are turned constantly to one job—to give better telephone service to an ever-increasing number of people, as cheaply as it possibly can.

The American Telephone and Telegraph Company provides the staff work for the Bell System. To it the operation of the telephone service is a public trust. It pays a reasonable dividend to its stockholders . . . and uses all earnings beyond that to improve and extend the service.

There are more than 550,000 stockholders,

and no one person owns so much as one per cent of its stock.

The Bell System operates through 24 regional companies, each one attuned to the needs of its particular territory. In addition, the 5000 members of the Bell Laboratories staff do the scientific work which makes it possible to improve and widen the service at least cost to its users. The Western Electric Company, which manufactures for the Bell System, specializes in the economical production of telephone equipment of the highest quality.

All these facilities are directly available throughout the entire Bell System, at any time or place . . . Because of them, every dollar that you spend for telephone service brings you constantly greater value and convenience.

★ THE AMERICAN TELEPHONE AND TELEGRAPH COMPANY ★



Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, “What is the AT&T?”.

Nota: atente-se no âmbito institucional do anúncio.



**Their words have wings  
as swift as light**

*An Advertisement of the American Telephone and Telegraph Company*

We live and work as no other people have ever done. Our activities are pitched to the swiftness of the instantaneous age.

Whatever happens, wherever it happens and however it may affect you, you may know it immediately over the wires or the channels of the air that carry men's words with the speed of light. Business and social life are free from the restrictions of time and distance—for practically any one, anywhere, may at any time speak with any one, anywhere else.

The widespread and co-ordinated interests of the nation depend upon an intercourse that less than sixty years ago was not possible in a single community. This is the task of the telephone wires and cables of the Bell Telephone System—to make a single community of our vast, busy continent wherein a

man in Los Angeles may talk with another in Baltimore or a friend in Europe as readily as with his neighbor.

It is the work of the Bell Telephone System to enable friends, families and business associates to speak clearly and immediately with one another, wherever they may be. Its service is as helpful and accessible on a village street as in the largest cities.

To match the growing sweep and complexity of life in this country, to prepare the way for new accomplishments, the Bell System is constantly adding to its equipment and bettering its service.

To this end, its construction program for 1930 has been the largest in its history. This System at all times accepts its responsibility to forward the development and well-being of the nation.

*Sr. Secretário*  
94



Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, "The words have wings as swift as light".

Nota: repare-se na inscrição "Sr. Secretário".

*Sr. Secretário*

# PRICELESS

are the voices of those we love



WHAT PRICE COULD BE SET ON THE VOICE AND LAUGHTER OF A LITTLE CHILD A THOUSAND MILES AWAY? WHAT PRICE ON THE BRIEF AND REASSURING PHRASE, "WE'RE ALL WELL"? WHAT PRICE ON A HUNDRED WORDS BETWEEN SEPARATED LOVERS?

What price on a doctor's midnight directions, on the swift response of the fire department, on the relief of anxiety, the cementing of friendship, the unexpected greeting after a long silence?

What price on speed in business, on the smooth running of a household, on leisure or rest without neglect of duty, on shelter in a day of storm?

How can any one say what the telephone is worth to you? We set a value on such visible, physical things as wires, poles, switchboards, instruments, operation. We set a price on telephone service based on what it costs us to render it and to assure its continued growth.

These considerations are fairly exact. But they have little relation to the actual worth of the telephone in your home or office. That is frequently a thing of the spirit and cannot be measured in terms of money.

When you buy telephone service you buy the most nearly limitless service the world affords. Because of it you receive the thoughts and emotions of other people and express your own thoughts and emotions to them. There are no hindering handicaps of time or distance, place or circumstance. For a few pennies a day, you move out of your own little corner in the kingdom of ideas and are free to range where you will.

AMERICAN TELEPHONE AND TELEGRAPH COMPANY

MARCH 1932



27

Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, "Priceless are the voices of those we love". [1932]

Nota: repare-se na inscrição "Sr. Secretário".

**ANEXO 46 – Anúncio da SBTC partilhado pelo seu General Advertising Department  
(s.d.)**

# 359 headings

## make this book Ardmore's

### Buying Guide

*Expanded Yellow Pages of New Ardmore Telephone Directory tell Puzzled Shoppers "Where to Buy It"*



**T**ELLING puzzled shoppers who sell what in Ardmore is a job taken over January 1 by the new Ardmore telephone book.

The yellow (where-to-buy-it) pages of the new directory have been revised and expanded into the most complete buyers' guide ever published here. In them have been concentrated all advertised listings formerly shown elsewhere in the directory. They'll save you time and work and worry.

Now, for instance, they contain 359 different headings.

One hundred and sixty-nine of them are new. Cleaners, for example. Furnaces, furniture and furs. Hats, heaters and hosiery.

Under these 359 headings are 1,351 names of persons selling things and services you want to buy.

Are you interested in a new radio?

The heading, "Radios" tells who sells your favorite make.

Do some shoes need repairing?

"Shoe Repairing" gives the name, address and telephone number of the shop nearest your home.

Have you forgotten the name of "that beauty shop on X street"?

"Beauty Parlors" will locate it for you in a moment.

The yellow pages furnish a faster, easier way to get the telephone number of any business firm in town. Lists of names are shorter. Usually your eye spots the one you're looking for at once.

Reach for your telephone book now. Turn to the yellow pages. Hundreds of articles, services or branded products can be located there in a moment, with a minimum of time and trouble.

**SOUTHWESTERN BELL TELEPHONE COMPANY**  
A. W. Cook, District Manager

GENERAL ADVERTISING DEPARTMENT  
Southwestern Bell Telephone Co.  
ST. LOUIS

<input type="checkbox"/> Sales	<input checked="" type="checkbox"/> Newspapers
<input type="checkbox"/> Institutional	<input type="checkbox"/> Other Publications
<input checked="" type="checkbox"/> Cont. Information	<input type="checkbox"/> Directory
<input type="checkbox"/> Empl. Education	<input type="checkbox"/> Window Display
<input type="checkbox"/> Stockholders' Inf.	<input type="checkbox"/> Bulletin Boards
	<input type="checkbox"/> Direct Mail
	<input type="checkbox"/> Inserts
	<input type="checkbox"/> Exhibits
	<input type="checkbox"/> Company Magazine
<input type="checkbox"/> Out-of-town-wide	
<input type="checkbox"/> Selected Exchanges	
<input type="checkbox"/> Conn. Companies	
<input type="checkbox"/>	

*Easy to use!*

Note how quickly you can find a name, a telephone number, an address in these sample columns from the new, expanded yellow pages. They've been made easy for you to use.

**Plumbers**

Armed & Heavy Plumbing Co. 361  
519 West Main

**GRAND PLUMBING FIXTURES** 36  
Armed & Heavy Plumbing Co.  
519 West Main

**KONTWAY M A PLED & BLED CO**

**PLUMBING AND GAS FITTING**

Repair Work a Specialty  
Electrical Service

315 S. W. 50

**RODWELL J A** 317 1/2 S. Northw. 50  
Armed & Heavy Plumbing Co.

**KOHLER PLUMBING FIXTURES**—  
Armed & Heavy Plumbing Co.  
519 West Main

Michigan W 512 S. Northw.

Post E 3 12 S. Northw.

**STANDARD PLUMBING FIXTURES**—  
Armed & Heavy Plumbing Co.  
519 West Main

**Plumbing Supplies**

Armed & Heavy Plumbing Co.  
519 West Main  
Washington Blvd & 12 1/2 W. Main

**Wrecker Service**

**BARRETT MOTOR CO** Chilton-Parkside  
24 Pine Knob, 20715 A.S.  
Crew 500  
12 E. 12th Street  
Crew 1000  
Crew 1000  
Crew 1000

**DOLANEY FREIGHT LINES**

Heavy Wrecker Service  
Large Winch Truck  
"Big, Handy for Heavy Ones"  
Day and Night Service  
3 A. M. to 6 P. M. Call 2064  
200 West Main

Merits City Truck Co. Inc. 38

*Good looking!*

A simple, dignified cover design adds to the attractiveness of the new directory. Compare it with your old book!



Fonte: AHFPC, espólio APT, A001642, Livro de Propaganda Estrangeira n.º 78, "359 headings make this book Ardmore's New Buying Guide".

Nota: repare-se na ficha no canto superior direito, no qual se regista ser este anúncio proveniente do General Advertising Department da SBTC.

## ANEXO 47 – Anúncio de Vasco Santana para a APT (1933)

ILUSTRAÇÃO



- És tu Alice ?  
- És tu Maria ?  
- És tu Julinha ?  
- És tu Ivonesinha ?  
- És tu Adelaide ?  
- És tu Bibi ?  
- És tu Rosinha ?  
- És tu Zizinha ?  
- És tu ???

Depois da CANÇÃO DE LISBOA, Vasco Santana é assediado ao Telefone pelas admiradoras cinéfilas . . . e diz radiante:

*Oh! se não fosse o Telefone!...*

Este é um anúncio da

ANGLO PORTUGUESE TELEPHONE C.<sup>o</sup> LTD.

Com o que todos concordarão e poderão experimentar pondo Telefone . . .

Dirija-se em LISBOA á Rua Nova da Trindade, 43  
e Sucursais do Rocio e Rua da Palma, 158  
e no PORTO á Rua da Picaria, 5

45

ANEXO 48 – Edição única de *O Telefone* [supl. do *Diário de Lisboa*] (1929)

ANO 1.º

Lisboa, 4 de Maio de 1929

N.º 1

# O TELEFONE

NÚMERO AVULSO: GRATIS

Administrador e Editor

The Anglo Portuguese Telephone C.º Ltd.

Administração: R. N. Trindade, 43 — Endereço telog: Edison

DIRECTOR

A Direcção da Companhia

SEDE: Lisboa, R. Nova Trindade, 43

SUCURSAL: Rua Picaria, 5, Porto

TELEFONES: Central 4200  
Trindade 4200  
Norte 4200

ESTE NÚMERO FOI VISADO PELA COMISSÃO DE CENSURA

No próximo ano Lisboa terá já a sua instalação de telefones automaticos. Continuando a desenvolver a rede nos anos da sua concessão, a Companhia chegou à altura de introduzir nos seus sistemas o processo automatico. No seu programa de trabalhos, figuram: em Maio proximo, a inauguração da estação semi-automatica de Cascais; em Junho, a inauguração das estações, também semi-automaticas, de Parede e Oelras. No proximo ano inaugurar-se-ha, em Lisboa, o serviço automatico.

É de notar que só o desenvolvimento extraordinario da rede, é que leva a Companhia a introduzir o sistema automatico.

Todo o material actual das estações Norte e Trindade é do melhor da Europa, e terá de ser posto de parte.

Em Espanha o material era antiquissimo e, na maior parte inaproveitavel, o que facilitou a sua rapida substituição. A França, só em Paris tem, e algumas estações, o sistema automatico, o mesmo succedendo em Londres. Lisboa não está, pois, atrasada.

Na época de verão é sempre grande o numero de pessoas que deixam momentaneamente as suas residencias da capital para irem passar meses ás praias ou campo; nunca se deve esquecer que a Companhia instala nas areas da sua concessão, telefones, com grandes facilidades de pagamento, tornando mais agradável a estada fóra de Lisboa. Quem vá para fóra deve estar em comunicação com a cidade, e para isso informar-se na Companhia, das taxas para as redes suburbanas que são inferiores ás da rede urbana. Actualmente a Companhia já coloca bocais de porcelana branca, que são de grande procura e utilidade.

JUNTO das competentes entidades está a Companhia dos Telefones, instalando ha 3 anos para que os pesadissimos direitos alfandegarios que oneram os aparelhos telephonicos sejam reduzidos, atendendo a tratar-se de um serviço publico e serem limitadas as fabricas que produzem tais aparelhos. Conforme a Companhia já declarou, toda a redução de direitos será inteiramente em exclusivo beneficio do publico.

Em Lisboa vai-se compreendendo já a vantagem das centrais para grandes edificios onde se concentram diversos serviços. Ultimamente instalaram grandes centrais, o Tribunal da Boa Hora, o ministerio da Marinha, a Camara de Compensação, o Hotel Avenida Palace, etc. Tudo o material fornecido pela Companhia tem provado ser do melhor do mundo.

No mês de Março em Lisboa o numero de telefones novos foi de 230, e no mês de Abril esse numero atingiu 268. Dia a dia o numero de assinantes aumenta devido ás facilidades de pagamento que a Companhia estabeleceu, e ás instalações rapidas, numa média de 24 horas, após a assinatura do contracto.

## POLITICA DE ECONOMIAS

Domina o mundo a onda de economias. A guerra trouxe a desorganisação das sociedades e dos costumes. Perdera-se a noção do valor do dinheiro e apenas ficára em primeiro plano: a vida. Todos queriam viver a sua vida, como se a morte lhe tivesse aumentado o valor.

Com a paz, e lentamente, regressou a calma aos espiritos. O dinheiro, que enlão passava rapidamente de mão em mão, voltou a custar a ganhar. Voltou a valer. Hoje, antes de se gastar, já aflora ao pensamento a ideia de quanto vale o dinheiro que se gasta, e de quanto vale o que se obtém com ele.

Depois de todas as conflagrações humanas, assim sempre succede: *Nihil novum sub sole*. Ao periodo de tresloucura volta o periodo do raciocinio.

Em Portugal entrou-se francamente no periodo de economias. Reconstitutivo. Moralizador. Fertilizador.

Ao Estado economisando, succede inevitavelmente, o individuo economisado.

Tudo vale mais: O dinheiro, as palavras, o tempo as mercadorias.

O industrial, o comerciante, o fabricante devem ter presente este novo aspecto da vida. Adaptar-se ás necessidades da vida; ir ao encontro da orientação do individuo.

A Companhia dos Telefones foi das primeiras a dar o exemplo, quebrando, as verbas que ha anos mantinha num unico pagamento, em pequenas quantias que entram mensalmente nos orçamentos economicos de todos os chefes de familia e comerciantes. Facilitou a aquisição dos seus produtos; e esse seu espirito de boa orientação foi correspondido pelo acrescimo sem limites de telefones nas suas redes.

Então temos: politica de economias; primeiro: poupar tempo. Como? Instalando um telefone.

Segundo: (continuação da politica de economias): Não aumentar o orçamento habitual. Como? Utilizando os pagamentos minimos mensais que a companhia estabeleceu, sem precisar pagar para se instalar nem perder tempo a ir aos escritorios; basta telefonar, basta escrever um postal.

Lembre-mos disto, a diretriz da politica e da vida é só uma: economia... economia... economia.

Cicero



— Parece-te que este sujeito está sosinho?  
— Parece, sim.  
— Pois enganás-te. Tem a cidade toda ao pé de si; tem ao alcance da mão a provincia, os outros países...  
— Ah! percebe... o telefone...

A REVISTA *Je sais tout* publica um interessante artigo, *Ou en est le telephone en France?* Sobre o automatico comenta que Lille, Rouen e Paris não tenham ainda este serviço. Principalmente Paris causa arrelia aos francezes. Escreve *Je sais tout*: "Para Paris e seus arredores o numero previsto de assinantes é de 480.000; os trabalhos a realizar, para se completar essa obra, não pode levar menos de 8 a 10 anos. Actualmente, estão já a instalar-se 70.000 linhas; em Setembro de 1928 foi posto já em serviço a estação *Carnot* e este ano inaugurar-se-hão *Gobelins, Diderot e Vaugirard*. Cada ano inaugurar-se-hão novas centrais. A despeza calculada é de mil e quinhentos milhões de francos."

A The Anglo Portuguese Telephone C. Ltd. de Lisboa conta gastar, na transformação da sua sede de Lisboa, 30 mil contos.

O GRUPO de foot-ball da Companhia vai reaparecer brevemente em desafios com grupos de outras casas comerciais e bancos. O grupo da Companhia obteve o ano passado os seguintes resultados: — 1.º "team": Armazens do Chiado 6-4; Sena Sugar Estates 2-1; Grupo do Ginjal 0-2. F. H. d'Oliveira 5-0; Policia Seguranca Publica 3-1; Parque Automovel Militar 3-2; Companhia Industrial Portugal e Colonias 3-4; Companhia do Gaz 3-1; Shell's Sports Club 0-2. — 2.º "team": Incevel Florence Foot-ball Club 3-1; Hospital de St.º Marta 2-2.

MUITA gente julga que a introdução do Serviço Automatico dá ocasião a serem despedidas todas as telefonistas. Puro engano:

Em primeiro lugar, a modificação é feita gradualmente, estação por estação, abrangendo um certo numero de anos e, além disto, todos os serviços de informações, Reclamações, Lista, Troncas e outros cuja introdução se torna necessaria pela propria natureza do novo sistema, continuam sendo desempenhados por telefonistas.

A MAIOR parte das pessoas julga que a Companhia Nacional Telefonica de España é a unica a explorar a rede espanhola. A verdade porém, é que ainda ha pequenos concessionarios, em Badajoz, Berga, Castro Urdiales, Verona, Gijon, Guardiola, Jaen, Linares, S. Sebastian, Melilla, as quais só no fim das suas concessões entregarão a Telefonica as suas redes.

NA America do Norte ha 17.746.168 de telefones. Em New-York ha 1.502.376, em Chicago, 848.017; Los Angeles, 307.471; S. Francisco, 229.935 etc. Todas estas redes adoptam o regime de tarifa por chamadas.

TEM causado interesse as mon'ras de propaganda que, na R. Nova da Trindade e na R. da Conceição, a Companhia mentalmente expõe ao publico. A maior parte são realizadas pelo joven artista Botelho.

**ANEXO 49 – Ficha de Armando Ferreira no Arquivo Biográfico do Diário de Notícias**  
(s.d.)

**Diário de Notícias**

**ARQUIVO BIOGRÁFICO**

Nome: Eng.º Armando da Silva  
 Pasta N.º 1 Boletim N.º 117

Nome (a) Armando (da Silva) Ferreira  
 Data do nascimento (b) 25. 2. 1893  
 Naturalidade Lisboa  
 Profissão engenheiro civil, professor, jornalista, escritor...  
 Outras profissões ou cargos que desempenhe secretário da Companhia de Telefones, professor no Instituto Industrial de Lisboa.  
 Ou que haja desempenhado assessor de I. S. T., chefe de redacção da Capital, director de vários jornais...  
 Algumas notas da sua carreira profissional.

Cursos que tirou Escola Militar = Engenharia Civil I. S. T.

Em que escolas Colégio Militar, Politécnica, Escola Militar e Instituto Superior de Estudos Económicos

Algumas notas da sua vida escolar

Títulos nobiliárquicos

Mercês honoríficas

Títulos académicos

Trabalhos literários, artísticos, científicos ou profissionais (c)

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <u>Prólogo aos versos</u> 1911        | <u>Avanço 3 actos representados na Trindade. Sociedade</u>  |
| <u>Rozário</u> " 1912                 | <u>Tacões!!</u> " 1922                                      |
| <u>Núcleo para pama (Teatro)</u> 1914 | <u>Comédias d. v. v. j. 1922</u>                            |
| <u>Uma noite (contos)</u> 1915        | <u>O juiz 3 actos (Teatro)</u> 1923 (na Brazil)             |
| <u>A Paixão (l. n.)</u> 1916          | <u>O meu irmão (novela)</u> 1925                            |
| <u>Gratia (novela)</u> 1916           | <u>Titi e Tata' nos jardins da Fantasia (infantil)</u> 1926 |
| <u>Contos de Lisboa</u> 1917          | <u>Bravos e Negros (1929) contos</u>                        |
| <u>Do amor à Comuna (novela)</u> 1917 | <u>Contos encurtados</u> 1931                               |
| <u>Apreciação do meu costume</u> 1917 | <u>A minha contradição</u> 1931 (infantil)                  |
| <u>Os Punhidos (contos)</u> 1917      | <u>Contos de Lisboa</u> 1932                                |
| <u>Da vida que passa (l. n.)</u> 1918 | <u>Os 3 punhidos q' Abramo Sousa - 1933 (Teatro)</u>        |
| <u>Contos maduros</u> 1918            | <u>A Casa do Visconde (novela)</u> 1933                     |
| <u>Enviado (Teatro)</u> 1920          | <u>Lisboa sem Casimira (romance)</u> 1934 (Sed. de)         |
| <u>Mentir (Teatro)</u> 1922           |   |
- Colaboração na imprensa periódica - (Entre para Capital em 1916.) - Colaborações em A Capital, Manhã (Porto), Notícias, A Imprensa, República, S. Paulo, A. de S. Paulo, Magazines, Bestiment, II. T. in. S. Paulo, Jornal dos Corredores, A Foz, Jornal de Notícias e outros (Bibliotecário) etc.

(a) É favor sublinhar os apelidos por q' ais conhecido.  
 (b) Sendo possível, indicar datas de tod. actos biográficos a seguir apontados.  
 (c) Entenda-se trabalhos publicados, apresentados, em elaboração ou em projecto; e, dos publicados e apresentados, datas e circunstâncias especiais respectivas.  
 Agradece-se ainda o favor de juntar a és recentes fotografias.  
 Quando o espaço reservado às várias informações não chegar, convirá juntar-se uma folha ou folhas suplementares.