

prensa que busca imitar e, em alguns casos consegue, o modelo de país superdesenvolvido.

O suicídio de Vargas, em 1954, e o libelo contido em sua carta de despedida, representaram alarma profundo ante a situação do país, cujos destinos o imperialismo tentava conduzir. O golpe de Estado frustrou-se; foram realizadas eleições; foi escolhido o candidato Juscelino Kubitschek; foi este empossado, por força do Movimento de 11 de Novembro de 1955; por ter assegurado a manutenção das instituições, o general Henrique Teixeira Lott, ministro da Guerra, moveu cerca de sessenta processos por crime de injúria e calúnia contra jornais controlados pelas agências estrangeiras de publicidade, todos sem resultado. Em 1957, realizou-se a primeira tentativa de levar ao Congresso o problema do controle estrangeiro exercido sobre a imprensa brasileira; a documentação relativa à Comissão Parlamentar de Inquérito então instalada e destinada a apurar a pressão exercida pelas agências estrangeiras de publicidade, no caso particular do petróleo, constitui preciosa fonte de informações sobre a imprensa. Ficou comprovada, então, a ligação íntima e causal entre aquelas agências, a serviço dos trustes internacionais, e a campanha da imprensa brasileira contra a solução estatal adotada em 1953⁽³³⁹⁾.

O esforço das campanhas pela “liberdade de imprensa” que, periodicamente, surgem, e não apenas nos jornais e revistas — uma curiosidade: aparecem numerosas organizações e forças estranhas à imprensa nessas campanhas — visa sempre, e tão-somente, a exclusão do poder governamental, a interferência do poder público. O obstáculo à liberdade de imprensa é, nessas campanhas, o Estado, particularmente através da censura. Trata-se, evidentemente, de concepção liberal, peculiar à fase ascensional da burguesia. Em tal fase, as limitações à imprensa só podiam partir dos detentores do poder; o capitalismo de concorrência estava interessado em que a imprensa fosse livre, não se visse limitada pela violência ou pela cen-

(339) “Convém lembrar alguma coisa sobre a *McCann Erickson* e seu atual presidente, que estiveram em grande evidência, em novembro de 1957, por ocasião do inquérito parlamentar realizado para apurar as atividades antinacionais dos trustes do petróleo no Brasil. Naquela época, a empresa de publicidade que mantém sede em Nova Iorque, onde estão 60 % de suas ações, distribuía anualmente 300 milhões de cruzeiros na propaganda de diversas firmas norte-americanas aqui instaladas. Sua principal cliente era a *Standard Oil Company* que passou a chamar-se em nossa terra *Esso Standard do Brasil*. O atual presidente da *McCann Erickson*, Emil Farhat, era então assistente imediato de Armando de Moraes Sarmiento, que dirigia a empresa. Chamados a depor perante a Comissão Parlamentar de Inquérito, viram-se os dois personagens atapalhados para explicar a distribuição da publicidade da *Esso*, dirigida apenas aos órgãos de imprensa contrários ao monopólio estatal do petróleo, suborno e corrupção que, gaguejantes e confusos, acabaram por confessar”. (*Novos Rumos*, Rio, 7 de setembro de 1962).