

dela informação sumaríssima e deformada. É evidente que nenhum desses projetos teve andamento. Já em 1961, com a malícia de que usava de vez em quando, o presidente Jânio Quadros sopesara, em entrevista televisivada, o volumoso número domingueiro do *Estado de São Paulo*, verdadeiro catálogo de publicidade em grande formato, mostrando o absurdo de subsidiar o Estado os lucros assim auferidos por pessoas. O fato é que, na medida de seu potencial financeiro, os grandes jornais continuam a circular em edições volumosas, o que não os obriga, de forma alguma, a informar muito e, ainda menos, a informar bem.

Na justificação de seu gorado projeto, o senador José Ermírio de Moraes tocara no ponto sensível da desnacionalização da imprensa, ali apenas aflorado, e sob o restrito aspecto do destaque do noticiário vindo do exterior. Ora, uma outra forma do controle da imprensa é, sem dúvida, o do controle do noticiário, exercido pelas agências, todas estrangeiras, distribuidoras de informações. Os que conhecem a imprensa, sabem que tais agências, em cuja área se operou também o processo de concentração, sendo as norte-americanas, que dominam a informação em nossa imprensa, hoje, apenas duas, a *Associated Press* e a *United Press International*, ligadas não apenas aos grandes consórcios da imprensa daquele país — que abrange ainda o rádio e a televisão, nesta sendo notório o predomínio absoluto das cadeias da NBC e da CBS — mas aos grandes trustes e monopólios industriais peculiares à etapa imperialista. Em última análise, tudo isto significa, simplesmente, que o imperialismo controla a informação, na área em que exerce o seu domínio. Qualquer leitor, ainda o mais desatento, verifica que o noticiário estrangeiro é o mesmo em todos os nossos grandes jornais, cabendo a cada um apenas o maior ou menor aproveitamento do material informativo que recebe das agências estrangeiras e a margem de engenho na titulação, diagramação e seleção das manchetes. O aparecimento e a concentração dessas agências, aliás, resultou do desenvolvimento capitalista e do conseqüente desenvolvimento da imprensa, refletindo-se em divisão do trabalho: as agências surgiram das necessidades ascensionais da imprensa industrial, tornaram-se possíveis nas áreas em que se haviam criado as condições para isso.

A imprensa brasileira, refletindo uma capitalização ainda na infância, não teve as condições para criar tais agências, devendo aproveitar, pois, o serviço das existentes. Em seu estudo, sob muitos aspectos interessante, sobre a influência da imprensa norte-americana sobre a imprensa brasileira, Nóbrega da Cunha, que trabalhou muito tempo na *Associated Press*, situou o fato: “Uma segunda influência, de maior importância no sentido técnico, está no serviço telegráfico. A imprensa latino-americana, especial-