

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

A TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO DO SENADO: DO PAPIRO À INTERNET

Valéria Ribeiro da Silva Franklin Almeida

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Claudio Martino

Brasília – 2007

A TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO DO SENADO: DO PAPIRO À INTERNET

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Comunicação da Área de Comunicação e Sociedade e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Prof. Dr. Luiz Martins da Silva
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Banca Examinadora

Prof. Dr. Luiz Claudio Martino
Presidente da Banca (orientador)

Prof. Dr. Marcelo Feijó
Membro da Banca

Prof. Dr. Michelangelo Giotto Santoro Trigueiro
Membro da Banca

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Motta
Membro da Banca

Resumo: Enquanto Poder Público o Senado encontra sua legitimação nas relações que estabelece com a sociedade. Para a materialização dessa convivência são utilizados canais de comunicação que se transformaram ao longo do tempo, e tornaram-se símbolos do momento social e político em que foram adotados. A presente pesquisa investiga essas mudanças tomando como marco de referência os meios empregados, desde as primeiras utilizações da escrita até o aparecimento da Internet e seu uso pelas agências de notícias governamentais. A história do uso político desses meios e as relações do homem com a técnica, bem como a questão da democratização da informação, também está contemplada. Para ilustrar essa relação, o trabalho elege, para estudo de caso, a Agência Senado de notícias, situando na história seu surgimento e do sistema de comunicação em que a mesma se insere, avançando para a atualidade, no sentido de analisar o cenário a partir do qual os temas se articulam.

Palavras-Chaves: meios de comunicação, tecnologia, escrita, Internet, Agência Senado, democratização da informação.

Abstract: *While public power, the senate finds its legitimation in the relationship it establishes with the society. For the materialization of this coexistence, the employed channels of communication transformed themselves along the time, and became symbols of the social and politic moment when they have been adopted. The present research investigates this change taking as landmark the employed mediums, since the first uses of writing until the appearing of Internet and its use by the governmental agencies. The history of the politic use of these mediums and the relationship between man and technique, as well as the question of democratization of information are also contemplated. To illustrate this relationship this research choose, for a study of case, the “Senate news Agency” (Agência Senado), locating its birth in the History, and so the birth of the communication system where it is inserted, until the present time, in order of analyzing the scenery from where the themes are articulated.*

Key-words: *media communication, technology, writing, Internet, Agência Senado, democratization of information.*

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. TRÊS MOMENTOS HISTÓRICOS DA COMUNICAÇÃO	7
1.2. A ESCRITA E O ESTADO ROMANO	10
1.2.1. As condições da sociedade romana	15
1.2.2. A técnica em Roma.....	19
1.3. A PRENSA DE GUTENBERG	25
1.3.1. As revoluções da impressão.....	29
1.4. A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E A TÉCNICA	44
2. A IMPRENSA E O EXERCÍCIO DO PODER.....	52
2.1. A NOTÍCIA COMO INSTRUMENTO DE DOMINAÇÃO.....	52
2.2. LIBERDADE PARA LER E FALAR	56
2.3. A IMPRENSA E A FORMAÇÃO DE UMA NOVA NAÇÃO	66
3. A IMPRENSA E O SENADO DO BRASIL	73
3.1. OS ESCRITORES JORNALISTAS	84
3.2. EXISTIA SENADO NO BRASIL IMPÉRIO?.....	87
3.3. OS RUDIMENTOS DA COMUNICAÇÃO DO SENADO.....	91
3.4. O SENADO REPUBLICANO E AS CONDIÇÕES TÉCNICAS DA IMPRENSA	98
3.5. O PÚBLICO E O PRIVADO NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	105
3.6. O ANO QUE MARCOU A NOVA COMUNICAÇÃO DO SENADO.....	122
4. UMA AGÊNCIA SÓ PARA O SENADO	138
4.1. QUE SERVIÇO PRESTA A AGÊNCIA SENADO?.....	143
4.2. COMO É FEITO O TRABALHO DA AGÊNCIA SENADO?.....	151
4.3. QUEM FAZ A AGÊNCIA SENADO?	161
5. A AGÊNCIA SENADO DEMOCRATIZA A INFORMAÇÃO LEGISLATIVA PELA INTERNET?	171
5.1. A INTERNET, A AGÊNCIA SENADO, E O PÚBLICO	184
5.2. OS NÚMEROS E O PÚBLICO DA AGÊNCIA NA INTERNET.....	197
5.3. ESTRUTURA CHAMA ATENÇÃO DE PESQUISADORES.....	215
6. CONCLUSÃO.....	217
7. ANEXOS.....	226
7.1. ANEXO I - LEGISLAÇÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO DO SENADO FEDERAL	226

7.2.	ANEXO II - TABELA DE PAÍSES VISITANTES DA AGÊNCIA SENADO	231
7.3.	ANEXO III - AMOSTRAGEM DE USUÁRIOS DO NOTICIÁRIO DA AGÊNCIA.....	234
8.	REFERÊNCIAS.....	243

1. INTRODUÇÃO

1.1. Três momentos históricos da Comunicação

Convencido de que o homem moderno possui como marca inegável de seu tempo o uso da tecnologia para viver, o estudo a seguir apresentado propõe o exame de uma faceta da relação da humanidade com a técnica, reconhecendo *a priori* que, entre as atividades humanas, é na área da comunicação que as tecnologias melhor demonstram seu poder de transformação da realidade e de domínio do cenário social. A partir dessa premissa, este trabalho escolheu tema específico capaz de agregar ao contexto da relação do homem com a técnica, os elementos do exercício do poder e da prática da comunicação política. E este é o caminho aqui trilhado, quando se averiguam as várias tecnologias de comunicação utilizadas por uma instância do Poder Público – o Congresso Nacional – para o exercício da autoridade e do diálogo com a sociedade ao longo do tempo.

Nosso objetivo se volta para a compreensão do por que e da forma como surgiu o interesse dos tribunos pela comunicação e suas tecnologias, a ponto de, hoje, tanto o Senado Federal quanto a Câmara dos Deputados disporem de sistemas próprios de comunicação que incorporam as rápidas mudanças tecnológicas da área, como demonstra a criação a pouco mais de dez anos da Agência Senado de notícias. Para tanto, lançamos mão de dois expedientes: primeiramente, tratamos de realizar um traçado histórico, para identificar as variáveis técnicas, políticas e sociais que circundaram e circundam a relação em foco; em segundo lugar, realizamos uma análise de caso da atuação contemporânea da Agência Senado. Assim, metodologicamente, o trabalho é dividido em duas partes principais, em que a primeira resulta de pesquisa histórica, onde foram obtidos dados sobre a utilização dos recursos de comunicação pelos tribunos ao longo da história da humanidade pós-invenção da

escrita. Na segunda etapa, o estudo de caso sobre a Agência Senado é realizado com base na utilização de recursos diversos, tais como, a análise da estrutura, do funcionamento da Agência e de dados estatísticos sobre a utilização da mesma pelos internautas, bem como a realização de entrevistas gravadas com jornalistas que trabalham neste veículo de comunicação, com perguntas distintas e compatíveis com a atuação de cada entrevistado.

Por isso, para a porção inicial, o presente trabalho optou pela marcação de três momentos históricos de inventos tecnológicos baseados na escrita e que serviram e servem de ferramenta de comunicação para a sociedade e o Poder público. Assim, recorreremos aos primeiros usos do manuscrito para fins políticos na Roma Antiga, passando pelas épocas revolucionárias que originaram o advento da Idade Contemporânea, quando a prensa de Gutenberg revolucionou o cenário da comunicação, até o momento atual, com o surgimento da Internet.

Um observador atento aos processos de comunicação pode concluir que o advento de um novo meio de comunicação, em especial se esse meio for provido de tecnologia inovadora, tem potencial, sob certas condições, para transformar a realidade social. Para isso, basta a esse espectador lembrar-se do rádio, da televisão, do telefone, para colher em sua própria experiência pessoal os exemplos que confirmam sua observação. A peculiaridade da presente pesquisa reside, portanto, em estudar um entre os vários reflexos provocados na sociedade por um novo meio de comunicação – a Internet.

Esse objeto de estudo, por sua vez, apesar de pontual, remete a análise para um domínio bastante explorado por pesquisadores da área, que é o da transformação das relações sociais pela técnica. Para guiar nossa reflexão, várias vertentes da tradição teórica acerca dessa temática, especialmente aquelas que abordam a relação direta entre o homem e a tecnologia, foram revisitadas. Desde a notória tese do determinismo tecnológico de Marshall McLuhan, que caracteriza o poder das novas tecnologias, passando pela contundente advertência de Jacques Ellul para os riscos de sujeição do homem aos ditames da técnica, até as conexões desenvolvidas por Álvaro Vieira Pinto entre a técnica e o labor humano,

sem esquecer as linhas de raciocínio que aplicam as teorias construtivistas ao modelo de surgimento e uso de novas tecnologias, que foram aqui aproveitadas. Tendo ainda a análise se utilizado das modernas elaborações de pensadores que tentam capturar os efeitos da Internet na civilização moderna. Esta análise, porém, não se preocupou em adotar uma corrente específica da filosofia da técnica. Mais próxima do plano das ciências sociais, optamos pela linha de pensamento que, aparentemente, melhor se adequava à conjuntura em análise, adotando a proposição de Daniel Bell que sugere a adoção do princípio axial. Por esta proposta, uma estrutura ou um princípio (em nosso caso esse papel é desempenhado pela tecnologia) não deve ser tomado como causa, mas como elemento central de uma análise¹: não se trata de colher uma causalidade ao nível dos fatos, mas de gerar uma perspectiva de análise.

Podemos então considerar, para efeitos do trabalho aqui exposto que, no caso do advento da sociedade pós-industrial ou do nascimento da sociedade da informação – que engloba o tema específico em análise – a tecnologia, ou os meios que a conformam, não são a causa do surgimento e da existência dos fenômenos, mas podem constituir sua parte central. A orientação por meio de um eixo de análise coloca, então, os meios e seu uso, como centrais, mas não como únicos protagonistas das transformações que o estudo pretende esquadrihar.

É nítido que a amplitude, a complexidade e a aceleração em que o processo da informatização da sociedade ocorre acabam por inibir a tentativa de apreensão do fenômeno em sua totalidade. Assim, sem perder de foco a visão geral da paisagem tecnológica, e de posse dos pressupostos citados, esta proposta de trabalho restringiu-se ao exame de uma das várias esferas da comunicação que está sendo transformada pela nova tecnologia, especificamente pela Internet, buscando na tradição processos semelhantes de adoção de novas e de “velhas” técnicas de comunicação.

¹ Sobre a oposição de um ponto de vista causalista e a abordagem baseada na centralidade ver a noção de “estruturas e princípios axiais”, em Daniel BELL “Uma Digressão Metodológica”, in *Advento da sociedade pós-industrial : Uma tentativa de previsão social*. Cultrix. São Paulo, 1977, pp. 23 e ss.

Outras questões, diretamente relacionadas ao tema e que integram o cerne do trabalho nos ajudam a traçar um esboço da relação do poder público com a técnica e a sociedade, tais como cidadania, democracia, censura, liberdade de expressão, direito à informação, poder político, organização do Estado. Mas não é intuito desvelar todos os períodos e relações do Poder Legislativo com o jornalismo, e nem saber como a imprensa privada lida com o Parlamento, mas sim acompanhar o comportamento da imprensa própria da instituição.

É importante salientar também que, mesmo integrando o escopo do presente estudo, a questão do impacto do novo formato de comunicação no tecido social não é trabalhada, pois demandaria visão muito ampliada da formação de uma nova cultura de comunicação no seio do poder Legislativo. Dessa maneira, a abordagem atenta para a forma como um meio eletrônico está estruturado e fornece informação ao público, e não como esse público receptor apodera-se do material disponibilizado pelo sistema de comunicação do Senado.

É, pois, diante desse quadro que o trabalho procura conhecer e registrar parte da história da imprensa, no mundo e no Brasil, a partir de uma ótica específica. Seu interesse se volta para a reflexão sobre a inter-relação entre a comunicação política, o uso da escrita e de novas tecnologias, o surgimento e a transformação das agências de notícias, e o papel da Internet na relação do Senado com a população.

1.2. A escrita e o Estado romano

Localizar o surgimento das práticas comunicacionais na história, de forma genérica, constitui tarefa complexa, pois dificilmente alguém conseguirá, ao se propor a examinar qualquer setor da atividade humana, desvincular o homem de seu verbo. Mas, para aqui traçar uma linha do tempo necessária ao exame da relação Estado-imprensa-sociedade-tecnologia, torna-se obrigatória a delimitação de momentos que marcaram a trajetória da comunicação.

Um dos fatos, incontestável para o início dessa análise e reconhecido pela unanimidade dos estudiosos como fundamental para se desenhar a trajetória da humanidade, é o nascimento da escrita. Não que não existisse comunicação antes dela – os sinais arqueológicos estão aí a comprovar o contrário –, mas o homem não tinha a preocupação, ao menos de maneira denotada, de criar um registro organizado de suas trocas de mensagens.

A inquietação surgiu, segundo o lingüista e semiólogo francês, Georges Jean (2002, 14-15), entre o sexto e o primeiro milênio antes de nossa era, na região localizada entre o Tigre e o Eufrates, na Mesopotâmia, onde habitavam os povos Sumérios (ao Sul) e Acadianos (ao Norte). Esclarece o professor que esse começo aconteceu por um motivo mais “humilde e prosaico” do que se imagina: a partir de necessidades contábeis de povos que precisavam registrar suas notas de compra e venda de grãos e gado. A escrita - cujos primeiros vestígios estão em plaquetas de argila, do local de Uruk, datadas do quarto milênio a.C. - era uma combinação de pictogramas onde cada símbolo representava um objeto ou ser específico.



Figura 1 - Reprodução da página 13 do livro *A escrita memória dos homens*, George Jean.

Por volta de 3000 antes de Cristo, os antigos egípcios no Delta do Nilo também começaram a usar placas de barro para fazer seus registros, principalmente de dados relacionados com o exercício do poder político, religioso e

jurídico. É também desse período a popularização da escrita cuneiforme (em forma de cunha), e do surgimento dos primeiros grupos de escribas. O sistema Sumério de escrita espalhou-se pela região e foi adotado pelos semitas, acadianos e assírios até cerca de mil anos a.C. “As tabuletas de cerâmica foram acumuladas como memória local e durável das atividades de cidades-estado relativamente dispersas”, diz Thompson (1995, 229). A relevância do sistema foi tão significativa que sua substituição somente se deu com a criação do alfabeto (entre o ano 2000 e 1800 a.C.) e do papiro – extraído de uma planta originária do Delta do Rio Nilo, que depois era amassada e posta para secar. Para escrever usava-se um pincel feito de pêlos a tinta de fuligem, detalha o autor.

A mudança do suporte, como depois viria a acontecer com outros meios de comunicação, causou a primeira grande transformação na prática e na importância da escrita, visto que, por ser mais leve que a pedra e a argila, o papiro era mais fácil de escrever e de transportar. O efeito da mudança foi tão surpreendente, que no entendimento de McLuhan, “a portabilidade, como meio de acelerar e ampliar a distância real da ação” permitiu a criação de impérios, como o Romano. (2003,166).

Portanto, não exageram os estudiosos quando consideram a escrita como uma revolução na vida do homem. Se a primeira escrita egípcia, os hieróglifos, foram chamados de “escrita dos deuses”, uma dádiva divina, hoje tal sentimento não se alterou. Para alguns, essa descoberta foi mais importante do que a do fogo ou a da roda, pois, se estas facilitaram o domínio do homem sobre o ambiente físico, “a escrita foi a base para o desenvolvimento da sua consciência, do seu intelecto, do conhecimento de si mesmo e do mundo, em sentido mais geral, do seu espírito crítico – ou seja de tudo quanto hoje aceitamos ser a sua única herança e razão de ser” (DIRINGER, 1971, 21).

Também assim McLuhan vê a escrita em sua forma alfabética. Para ele, o alfabeto acessível ao homem comum retirava todo o poder da casta dos escribas e dos sacerdotes. Em outras palavras, a escrita era capaz de des-tribalizar esse ser, que passava a ter a escrita alfabética como “ponte de passagem” de um mundo

mágico, descontínuo, auditivo e tradicional, para um mundo uniforme, frio e visual. (2003,102-103). Esse homem, agora civilizado, diz o autor, nunca mais será o mesmo, pois sairá de seu “transe tribal” cercado por teias de parentesco e misticismo para um mundo em que passará a ser, qualquer seja a sociedade em que esteja inserido, um indivíduo.

Agora sim, poderemos falar em uma comunicação de feições conhecidas. Para isso, vamos adotar como ponto de partida a retrospectiva de Antonio Hohlfeldt (2003, 80-84) sobre as origens da comunicação nas civilizações, em que o autor aponta Roma (séc. I a.C. a I d.C.), e Grécia (V a.C.) como culturas precursoras na preocupação de integrar esse indivíduo em sua comunidade por meio da cultura. O interesse pela manutenção do poder também era motivo relevante, senão prioritário, para a atenção concedida ao tema, sustenta ele.

A imagem da Ágora ateniense, pondera o filósofo Norberto Bobbio (1997, 387), é a primeira representação da democracia, pois em assembléia ao ar livre, os cidadãos se reuniam para ouvir os oradores e expressar sua opinião erguendo a mão. Segundo o autor, na mudança da democracia direta para a democracia representativa, “desaparece a praça, mas não a exigência de ‘visibilidade’ do poder” que passa a ser satisfeita de maneira diferente, com a publicidade das sessões do parlamento, com vistas à formação de uma opinião pública decorrente do exercício da liberdade de imprensa.

Pelos registros existentes, porém, é possível deduzir que a despeito de os gregos praticarem uma avançada democracia, essa estava calcada na oralidade e no registro das idéias, não havendo uma preocupação com a divulgação de notícias nos moldes que temos hoje. Isso é o que defende Mitchell Stephens (1993, 128), para quem os grandes escritores gregos, como Tucídides, dedicavam-se com afinco ao registro e não à disseminação dos feitos de guerras e batalhas, tarefa que costumava levar vários anos para ser completada.

Esse é, aliás, o aspecto a diferenciar as narrativas das notícias, pois aquelas tinham sempre um viés histórico. Escreve Stephens, “a escrita estava reservada a tartarugas como Tucídides; enquanto as notícias são disseminadas por lebres”. É

dele também a conclusão de que, apesar de a nobre sociedade grega apresentar considerável grau de alfabetização e de politização entre os seus cidadãos, a escrita, talvez por questões relacionadas aos escassos recursos materiais, não era o instrumento utilizado pelos gregos para a troca de informações, mas sim a palavra falada.

Também Carlos Rizzini (1968, 4) entende que os gregos, apesar de criadores da filosofia e da arte da política, quando atentos à distribuição de notícias, cuidavam mais de curiosidades astrológicas e culturais, o que se depreende de suas *Efemérides* - consideradas por ele como verdadeiros “almanaques” – e não um informativo sobre a vida política ou social. Em sua opinião, por meio dessa constatação deve-se reconhecer nos romanos a paternidade da idéia de informar e formar o cidadão, por um meio material, e com características do que se conhece hoje como jornal.

Certamente, com a visão desses mecanismos da política foi que o imperador romano Júlio César, no ano de 59 a.C. instituiu as chamadas *Acta diurna*, *Acta populi*, *Acta urbis ou Acta diurna populi urbana*, e ainda as *Acta senatus*, obrigando o Senado a registrar em documento o teor de todos os debates que ocorriam nas sessões. Documentos esses, como apontam vários estudiosos (por exemplo, RIZZINI, 1968; HOHLFELDT 2003), são prenúncios da atual notícia jornalística, pois contêm os elementos de fidedignidade, periodicidade, atualidade e relato de acontecimento.

Na verdade, antes das *Acta diurna*, diz Rizzini, já existia outro recurso, em que os fatos importantes eram publicados em Roma em uma tábua branca, denominada *Album*, que ficava pendurada o ano todo no muro da residência do pontífice. Júlio César teria considerado muito rudimentar esse meio oficial e determinou a redação diária dos acontecimentos registrados em papiros pelos *actuarii*, considerados por Albert & Terrou (1990,4) como verdadeiros noticiaristas, e colocados nos muros do Senado para que a população tomasse conhecimento da política.

As *acta* eram depois copiadas por equipes de copistas que chegavam a produzir mil cópias de um mesmo documento em um curto espaço de tempo. Em seguida, eram redistribuídas para as demais regiões do Império, sendo lida uma mesma *acta* por um grande número de pessoas. Assim, além de poder ler nos murais, ou ouvir alguém ler, um cidadão romano podia receber, nos locais distantes do Império, as notícias sobre o poder central. Ao que parece, esse seria o início do emprego do que foi denominado por Bobbio, como “poder em público”: expressão sintética para indicar todos aqueles expedientes institucionais que obrigam os governantes a tomarem as suas decisões às claras e permitem que os governados “vejam” como e onde as tomam (BOBBIO, 1997, 386).

Para Rizzini, porém, que detalha as *Acta diurna*, esses expedientes podem não ter se restringido apenas a divulgar os atos oficiais e os discursos dos tribunos, tendo sido utilizados para a publicação de fatos da vida vulgar, tais como sucessos militares, casamentos, divórcios, óbitos, rixas, incêndios, espetáculos. Detalhe esse que acrescentaria outra característica àquelas já listadas por Bobbio para um jornal – a variedade. Apesar de o próprio Rizzini advertir, em nota de rodapé (1968, 5), que para um autor francês do século XIX, Ch. Dezobry, as *acta* não continham nada senão matéria oficial, cabendo aos librários a iniciativa de apensar os demais assuntos para tornar as *acta* mais vendáveis.

1.2.1. As condições da sociedade romana

Antes de partirmos para o exame do modelo tecnológico em que a produção noticiosa do Estado Romano se deu é salutar que se faça uma rápida rememoração antropológica daquele povo. A pretensão não é descrever cronologicamente ou com minúcias estatísticas o que foi a Roma de 2.500 anos atrás, ainda que os vestígios e documentos sobre aquela civilização sejam mais numerosos do que os regularmente encontrados nas demais extintas culturas.

Para esse estudo, que não pretende esvair a curiosidade sobre a cultura romana, algumas poucas pinceladas são suficientes para expressar os aspectos da vida romana, em especial aqueles que possuem afinidade com o tema principal

analisado, como educação, população, política, democracia. Ainda que não se possa esquecer que o desejo de entendimento de um ou outro ângulo de uma cultura deve, obrigatoriamente, resvalar nos demais, em um exercício de suposição que, quanto mais distante no tempo, mais esforço irá exigir, naturalmente acabando por entrelaçar as várias veias vitais de um povo.

As origens do império romano remontam ao século VIII a.C. (ou mesmo antes), mas é com a instauração da República romana, por volta do ano 500 a.C., que se pode falar em exercício do poder pelo Senado. Esse período também assistiu a emergência do Direito romano, com a Lei das Doze Tábuas. Direito esse que serviria para constituir a base do direito moderno do mundo ocidental. Dali em diante, o Estado Romano entraria em um longo período de guerras e movimentos de conquistas pelo Mediterrâneo, porção significativa do que hoje é o Oriente Médio e ainda parte da Ásia. Essa expansão resultou na dominação de um vasto território e de povos e culturas diversas, além da formação de um vigoroso e treinado exército. A própria cidade de Roma, centro do poder da nova cultura, nasceu eivada de uma miscelânea cultural que tinha como base a cultura grega, componentes de povos nórdicos, gauleses, sírios, africanos, e de várias outras aldeias tribais anexadas ao novo império. Também se depreende desse fato a percepção de que os primeiros habitantes dos momentos de formação da cidade, se não integrantes de famílias nobres e já abastadas, procuravam oportunidades comerciais, posições militares ou viviam na condição de escravos.

Chegando ao ano de 59 a.C., que apresenta particular interesse para nosso levantamento, pois foi quando Júlio César instituiu as *Acta* senatoriais, podemos rascunhar um cenário provável da cidade e do império que, na verdade, tinha seu centro vital em Roma, para onde, realmente todas as estradas e caminhos convergiam. Na ausência de um censo até aquele período, o que foi estabelecido também por Júlio César, supõe-se que a população da cidade chegasse a um milhão de pessoas, todas morando muito próximas umas das outras, em casas modestas em ruas apertadas que tinham elevado tráfego de liteiras, carroças, cavalos e pedestres. Apesar de ainda não possuir os suntuosos edifícios e colunas que marcaram aquela cultura, Roma já contava com construções onde se

organizavam as atividades, como templos, anfiteatros, circos, estádios, banhos públicos, prisões, campos militares, cúrias, termas, mausoléus, hortos, jardins e o foro romano – onde ficava o imperador.

O status social era dado pelo nascimento. Assim, um filho de um nobre seria um nobre, senador, cavaleiro. E os filhos de escravos seriam escravos. A exceção eram os adotados pelos senhores ricos e os chamados libertos. Além disso, havia os autônomos, que viviam na faixa intermediária e isso incluía os comerciantes, ferreiros, sapateiros, professores, médicos, religiosos e camponeses – que pagavam pesados impostos para a manutenção do império. Poucos trabalhavam, além dos escravos, pois o ócio era exaltado e o tempo dividido entre tertúlias, jogos, banquetes, festas, a prática da música e outras artes, a religião, o estudo, a leitura e os negócios comerciais, jurídicos ou administrativos. Conforme Veyne (1990, 123), a presença de uma classe ociosa – de notáveis – era requisito para se reconhecer uma cidade, além de representar um mérito pessoal para aqueles que não precisavam trabalhar.



Figura 2 - Reprodução de Gravura do livro *História da vida privada – Do Império Romano ao ano mil*, p.209. (Placa em argila encontrada em Pompéia, Nápoles – Museu Arqueológico).

A riqueza, aliás, não muito diferentemente do que ocorre nos dias atuais, servia para identificar as classes sociais. Essa distinção, por sua vez, regulava toda a vida romana, pois a definição de um cidadão notável, nobre, não passava pela questão de saber o que esse ser fazia, mas sim pelos títulos, patrimônio e função pública que ele exercia. Na verdade, como registra o autor, “a grandeza social e legitimação política andavam juntas e o exercício da função pública não era uma função especializada, como no mundo de hoje”. (VEYNE, 1990, 100). Como em Roma era difícil distinguir-se entre o público e o privado, quando se queria designar alguém, isso era feito com base no espaço cívico que essa pessoa ocupava, pelos títulos e honrarias políticas que acaso possuísse. “Isso fazia parte de sua identidade, como entre nós a patente junto ao nome de um oficial ou os títulos de nobreza”, complementam os autores.

A dignidade plena de um homem somente existia se este exercia funções públicas. Ser membro da classe governante era considerado a verdadeira condição humana. “Não ter acesso aos cargos públicos, à vida política da cidade, equivalia a ser mutilado, homem de baixa condição” (VEYNE 1990, 112). Esses cargos, por sua vez, estavam destinados aos integrantes e descendentes de apenas vinte famílias que comandavam a aristocracia romana.

Decorrente desse fundamento, o conceito romano sobre a escravidão não poderia ser outro que não o de considerar o ser escravo como “um ser inferior por natureza” e que juridicamente deveria ser tratado como tal. Essa visão era tão arraigada na cultura romana que, conforme observa Veyne (1990, 70), a escravidão era uma realidade incontestável. Tão inegável que nem os pensadores e filósofos, ou mesmo a Igreja Cristã – que vicejou durante o período Imperial romano – chegaram a questionar essa instituição.

Como afirma Norbert Rouland, “isso, essencialmente, porque o escravismo era inerente ao sistema romano, acima de tudo no plano econômico” (1997, 396), citando o exemplo do grego Aristóteles (cujas obras filosóficas serviram de base para os pensadores romanos), que em um de seus textos diz que se os teares pudessem mover-se por si sós, não haveria mais necessidade de escravos,

comparando os escravos a máquinas. Outro filósofo que não põe em xeque a escravidão, segundo Veyne, é Sêneca, que a considera uma infelicidade individual e não um produto da sociedade romana.

Para Rouland, o regime escravocrata pode ser apontado como a principal nódoa e o maior impedimento para que a civilização romana seja considerada uma democracia. Na opinião desse historiador, ainda que à cultura romana se pretendesse avocar o título de matriz da democracia – logicamente ao lado dos gregos – pois realizava eleições, assembléias e debates públicos, além de haver construído um bem-acabado sistema jurídico, tal idéia soaria falaciosa pelo fato de os escravos terem sido excluídos do que era considerado como “povo”.

É interessante observar que essas três instituições – escravidão, democracia e técnica – estavam intimamente entrelaçadas na história romana, o que coincide com o ponto central deste estudo. Tal aproximação tem sua lógica visto que o exercício da política – como viés da democracia – passava, necessariamente, pela divulgação e intensa discussão dos fatos associados àquela prática, e a conseqüente publicização desses fatos, o que, por sua vez, dependia, senão totalmente (considerando-se a superioridade da oralidade naquela época), ao menos em parte, de alguma técnica.

1.2.2. A técnica em Roma

Quem escrevia e como eram escritas as atas e notas romanas que circulavam pelo Império? Esta é uma pergunta natural, parcialmente respondida, já que sabemos de quem partia a ordem para a produção noticiosa e quem, provavelmente, era o leitor padrão desse material. A análise dos personagens, por sua vez, ao lado do levantamento da técnica disponível deverá indicar as estruturas condicionantes da produção noticiosa em Roma, que encontra posições distintas entre os estudiosos do assunto.

Neste ponto, é importante salientar também a dificuldade em separar-se, para fins de análise crítica, o contexto da vida pública e privada de Roma e o patamar técnico daquela cultura. Na verdade, a maioria dos pensadores da

tecnologia adota a idéia de que o homem e a técnica estão inevitavelmente atrelados. Senão vejamos, para exemplificar, o pensamento de Álvaro Vieira Pinto acerca dessa questão:

A malícia da cantilena filosófica e moral dos ideólogos da dominação consiste em ocultar o fato histórico, primordial, a saber, que, ao longo da produção material que vai realizando, a princípio com simples ferramentas, depois com máquinas relativamente complexas, e daqui por diante com engenhos mecânicos e eletrônicos cada vez mais complicados e possantes, já agora de caráter cibernético, o homem cria simultaneamente, em vista do estabelecimento de relações sociais cada vez mais extensas e complexas, sua mesma essência humana (PINTO, 2005, 186).

É claro que não se trata aqui de conduzir o pensamento do leitor à idéia de que o avanço tecnológico deve ser tomado como único ou mais fundamental aspecto de análise. Mas, é aceitável que se considere este quesito, ao lado de outros como a evolução moral e o progresso das artes, como traços identificadores e diferenciadores das civilizações. A esse respeito, aliás, Jacques Ellul marca bem duas realidades bastante distintas a partir do emprego da técnica: uma correspondente às chamadas sociedades primitivas ou tradicionais e, outra, que ganhou corpo a partir do século XVIII, e que hoje pode ser denominada de sociedade complexa. Para Ellul (1968, 70-75), as civilizações, tanto orientais quanto ocidentais, encerradas no período que compreende o Século X antes de Cristo e o Século X depois de Cristo – e aí se encontra a cultura romana em análise – empregaram a técnica sempre com enfoque no “aperfeiçoamento do uso, mas muito pouco dos próprios utensílios empregados”. Outra característica da técnica dessas épocas é a lenta, ou inexistente, propagação dos poucos inventos. Segundo o autor, o mundo técnico era sempre local e permanecia fechado conforme as limitações de distância, língua e isolamento, além de girar em torno de conceitos mágicos e secretos.

Outra idéia interessante de Ellul que cabe aqui realçar é a de que a técnica não representava, para aqueles povos, uma preocupação relacionada com o conforto e a melhoria das condições de vida. Sobre isso, vale citar que as explorações arqueológicas mostraram que apesar da ostentação e do luxo das construções públicas, em que se percebe um anseio em copiar o senso de belo da

cultura grega, os romanos habitavam em moradias simples, com poucos móveis e utensílios (BORNECQUE & MORNET 1976, 145-148).

Ao mesmo tempo, o próprio Ellul menciona o diferencial tecnológico inculcido pela sociedade romana no mundo daquele momento. Diz ele: “Com Roma, ao contrário, passamos subitamente a uma espécie de perfeição da técnica social, tanto civil quanto militar. Tudo se prende ao direito romano, em suas formas múltiplas, públicas e privadas”. (1968, 31). O que quer dizer que a linearidade do relativo ‘atraso’ tecnológico da Antiguidade deve ter sofrido uma interrupção com o Império Romano, se não em sua totalidade, ao menos, em dois aspectos: nos procedimentos administrativos e judiciários.

Ora, os fatores da ordem administrativa e da Justiça daquele tempo eram os magistrados e os senadores – liderados pelo imperador –, o que resulta dizer que as determinações dessas autoridades, ainda que em um contexto de disputas e ambições políticas, estavam inseridas em uma preocupação, ao ver de Ellul “concreta e não abstrata”, de necessidade de avanço técnico. Assim, não há porque supor que a decisão de instituir as atas diárias com informações sobre as decisões superiores fugisse desse mesmo objetivo.

Aqui interessa a lista de características, elaborada por Ellul, do avanço técnico dos romanos com vistas ao controle e à organização estatal. Uma delas indica que a técnica estava subordinada a uma disciplina de utilização máxima dos meios tecnológicos existentes e não à criação de novos meios. “Na realidade, a proliferação dos meios é considerada, nesse momento, sinal de fraqueza tecnológica, sejam quais forem as aparências contrárias”. (ELLUL, 1968, 31).

Outros três aspectos da técnica em Roma são: a busca de um equilíbrio entre o fator técnico e o fator humano – ou seja, a técnica não deveria substituir o homem; o sentido de sua existência deve ser preciso e justificado – ela não existe com fins de desenvolvimento ou imposição, mas como fator de coerência social e, por fim, a técnica deve seguir um planejamento e, portanto, ter características de continuidade e aplicabilidade.

As quatro características podem explicar, ao menos em parte, as circunstâncias que cercavam a elaboração das atas e sua circulação, situações essas utilizadas por alguns autores para desqualificar o peso ou a repercussão desses instrumentos de notícia. Na seqüência, vamos apontar as críticas e os correspondentes contra-argumentos técnicos.

Um dos motivos, por exemplo, que levam Rizzini (1968, 6) a acreditar em uma “trôpega e restrita” circulação das atas romanas é a não existência, naquela época, de correios públicos – as mensagens e informações eram carregadas por mensageiros que viajavam pelo interior do Império, o que, aparentemente, representava dificuldades e lentidão na circulação noticiosa, apesar de registros em outros autores, como em Borneque & Mornet (1977, 170) de que um mensageiro podia chegar a percorrer 150 quilômetros por dia, contra 60 quilômetros de um viajante qualquer.

Também em contraposição ao raciocínio de Rizzini, é útil que nos apoiemos em Marshall McLuhan, que dedica um capítulo inteiro em seu *Os meios de comunicação como extensões do homem* para esquadrihar os efeitos tecnológicos advindos com as estradas e a ‘rotas de papel’. Nele, o autor emprega o termo comunicação em um de seus sentidos mais primários: o de transporte, de movimento da informação, para afirmar que as estradas representaram, historicamente, a formação do império romano.

Naquele momento, detalha McLuhan, as estradas imprimiram um aumento da energia e da velocidade capaz de provocar a ruptura de uma estrutura organizacional até então vigente. A seu ver,

A alteração dos agrupamentos sociais e a formação de novas comunidades ocorrem com a aceleração do movimento da informação, por meio das mensagens em papel e do transporte rodoviário. Esta aceleração significa mais controle a maiores distâncias”, e na mesma seqüência assevera o autor: “desintegração e trégua são conseqüências de movimentos de informação sempre mais rápidos, graças a correios circulando por boas estradas (2003, 109).

Neste particular, não há dúvidas entre os especialistas, com base em escavações e nas estradas remanescentes – como a Via Appia – de que, para

aquele momento histórico, as estradas romanas eram as melhores que se poderiam construir e tiveram particular relevância para aquela sociedade, pois se prestavam, principalmente, aos deslocamentos das tropas e, em consequência, para as pretensões expansionistas imperiais. Em outro trecho, seguindo uma idéia de Harold Innis, McLuhan enfatiza o fato de que o fim do império romano está ligado ao ostracismo em que caíram as estradas quando os suprimentos de papiro foram cortados pelos maometanos (2003,120). É de se supor então que as estradas e o serviço de mensageiros, ou correio imperial, que por ela transitava, cumpriam tarefa de grande impacto para os romanos.

Para Rizzini, a imobilidade das atas, aliada ao fato de as mesmas serem utilizadas para fins de informação oficial, acabou por inibir o desenvolvimento da técnica que envolvia a produção do jornal. Na sua visão, os romanos subestimavam as atas, pois durante os cinco séculos em que foram publicadas, as técnicas de produção em nada evoluíram: eram manuscritas em papiros por pessoas letradas e a partir daí copiadas por escravos. Outra técnica também utilizada e que não sofreu avanços, segundo o mesmo autor, baseava-se no uso de tábuas de madeira ou de marfim, levemente cavadas – chamadas de *pugilares* -, depois tingidas de preto e recobertas de cera branca, sobre as quais se escrevia com um instrumento denominado *estilo*.

A esse respeito, é significativa a abordagem de Ellul, que reconhece que as técnicas materiais daquela cultura não evoluíram “tão brilhantemente”, mas ao mesmo tempo, afiança ele, essa foi uma opção proposital dos romanos. Mesmo as estratégias militares, de abastecimento, de organização dos transportes, seguiam uma mentalidade de economia e de organização. Ou seja, enquanto um meio ou uma máquina estivesse se prestando ao seu fim, ela tenderia a permanecer. Esta mentalidade parece, assim, explicar o motivo pelo qual as técnicas tanto de feitura quanto de distribuição das notícias não foram modificadas em todo o período de vigência desse sistema.

De maneira sucinta, podemos encaixar os três aspectos arrolados por Ellul para explicar a forma como os romanos enxergavam o uso da técnica: sem a

finalidade de substituição da mão-de-obra humana; por meio da utilização de um instrumento ou de um modo de fazer pelo tempo e na intensidade possível e de maneira contínua e, finalmente, para fins de organização social.

Sustenta-se, no entanto, com apoio da unanimidade dos estudiosos, a ponderação de Rizzini acerca de outra dificuldade de ordem material que poderia ter redundado em uma circulação tímida das notícias no império - que seriam os custos do pergaminho e do papiro, sendo que este, apesar de produzido em Roma, utilizava fibra egípcia. Sobre este aspecto não pairam contestações quanto ao peso lógico e estrutural que o papiro possuía para as comunicações e para a administração romana, a ponto de realmente se considerar que a ausência do produto provocou o fim daquele império.

Ainda assim, é razoável espelhar-nos na posição de Stephens (1993, 152), que descreve situações que provavelmente contaram com a presença das atas e das cartas para modificar-lhes o rumo, como as decisões de Cícero no exílio; a conspiração e o assassinato de César, as decisões militares de Cornificius na África e outras mais. Em sua opinião, o sistema de notícias de Roma foi capaz de conservar a imagem romana na mente dos oficiais e soldados onde quer estes estivessem, impingindo-lhes a idéia de integração e o sentimento de que sempre deveriam voltar para casa.

Hohlfeldt (2003) descreve uma postura de antecipação dos romanos às crises, e também uma peculiar coesão das forças do Estado, exatamente porque seus principais personagens se mantinham informados sobre o máximo de acontecimentos à sua volta. Assim, diz ele, “os governantes romanos evidenciaram que uma das funções básicas da comunicação é justamente a de garantir não apenas a informação, quanto a opinião consensual” (p. 83).

Ainda vale citar Manuel Vázquez Montalbán, outro estudioso dos primórdios da comunicação, que refuta a idéia de que as atas e cartas romanas possam ser consideradas como marcos do jornalismo, mesmo porque reconhece que as mesmas, assim como os serviços de correio, praticamente, estavam reservados apenas para “a casta minoritária dominante, em correspondência com a

organização escravagista da sociedade” (2000,16), o que naturalmente retirava desse sistema um dos aspectos que caracterizam a notícia: a acessibilidade. Mas ele realça a qualidade do sistema romano de transmissão de mensagens, fazendo certa contraposição a Rizzini, além de enfatizar a força que esses recursos imprimiram à manutenção do Império Romano. Vejamos alguns trechos de seu pensamento sobre o tema:

Las rutas imperiales no solo servían para la rápida marcha de las legiones romanas sino también para la circulación de una inestimable información al servicio de la supervivencia política del Imperio. (MONTALBÁN, 2000, 16).

Roma, tanto bajo la República como bajo el Imperio, desarrolló bases materiales de una comunicación intracomunal perfectamente adscrita a los propósitos del Estado. Y no se trató sólo de copar las vías de intercomunicación o las posibilidades de comunicación interna en las ciudades. La romanización no fue otra cosa que una gigantesca campana de integración político-cultural basada en el dominio de una lengua, una legislación y una cultura con todas sus notas (MONTALBÁN, 2000, 21).

Para conseguir este edificio tan bien trabado, Roma no hizo otra cosa que utilizar la comunicación social, desde las normas griegas importadas o de desarrollo paralelo (discursos y comunicados) hasta el embrión de “diario oficial” que fueron las ya mencionadas Actas Diurnas (MONTALBÁN, 2000, 22)

1.3. A prensa de Gutenberg

O que aconteceu com a escrita depois da derrocada do Império Romano, suas atas, cartas e estradas imperiais? A resposta não se parece com o ideário que se tem de que o curso histórico do ser humano é um constante processo evolutivo. Ao contrário, após a bem-sucedida – ao menos para a época – investida romana no campo da cultura, das artes e dos registros escritos, a História mostra que o homem adentrou em um período conhecido pelo obscurantismo, isolamento, e de dormência da razão. As comunicações orais, que sempre dominaram as sociedades de até então, gozaram de supremacia nas cenas que se passaram entre os séculos V e XV e a escrita praticamente foi esquecida.

Para Rizzini, a imagem do arauto gritando pelas primitivas ruas, informando aos moradores dos castelos e vilas sobre as escassas novidades do reino, ilustra com clareza como eram feitos os comunicados do rei aos seus vassalos. “A Idade

Média foi à força a idade da palavra falada: os poucos indivíduos que sabiam escrever não tinham como, nem a quem fazê-lo”, (1968, 11). Fora isso, conta ele, toda a informação do período – à parte o uso dos mosteiros – se resumia aos jograis, poetas, trovadores, e menestréis que retratavam a religião, amores e feitos reais e dos cavaleiros.

Durante o período medieval, o homem estava envolto em seu sentido religioso e todas as suas atividades restringiam-se à manutenção da sobrevivência nos feudos e no cumprimento de suas obrigações para com o senhor feudal e a Igreja. Este pensamento está colocado por Briggs e Burke (2004), que citam o historiador francês Emile Male, segundo o qual:

Tudo o que era necessário saber – a história do mundo desde a criação, os dogmas da religião, os exemplos dos santos, a hierarquia das virtudes, o âmbito das ciências, artes e ofícios: tudo era ensinado pelas janelas das igrejas ou pelas estátuas dos pórticos (EMILE MALE apud BRIGGS & BURKE, 21).

Além do ambiente místico, os mesmos autores observam que a tradição oral era uma imposição – por causa do baixo número de pessoas letradas – e que apenas após o século XI, “a escrita começou a ser empregada por papas e reis para uma variedade de propósitos práticos” (2004,22). Na verdade, antigos pergaminhos demonstram que os mosteiros detinham o monopólio do conhecimento e da prática da escrita para fins de controle do pensamento corrente.

Por que o cidadão medieval se curvava a uma vida repleta de dogmas e por que permaneceu por tanto tempo sem se preocupar com um elemento que hoje domina a cultura do homem moderno: a informação? De certo que esse período é marcado por uma orientação para as questões da vida eterna, em detrimento da vida mundana, onde o elemento informação se destaca. Contudo, uma resposta rápida, ainda que certamente inconclusa, aponta para o fato de ter havido pouco desenvolvimento das técnicas da escrita e da impressão durante aqueles séculos – ainda que se saiba que os chineses já utilizavam tipos móveis desde o século VII para imprimir ideogramas, técnica que, no entanto, não chegou à Europa.

A demora – se assim se pode considerar – entre a invenção da escrita e o advento da impressão coloca a questão da tecnologia no centro da discussão, mas força a análise de fatores sociais e culturais sem os quais não pode haver qualquer possibilidade de compreensão da passagem da Idade Média para a Era Moderna. Para tanto, uma breve recapitulação histórica é necessária, a fim de se apreender a paisagem em que surgiu a prensa de Gutenberg.

Senão vejamos: viviam os homens anônimos, servis, enclausurados nos feudos, protegidos pelo suserano e controlados pela Igreja; a noção de tempo e espaço era descontinuada e as informações visuais e auditivas bastavam para aqueles que viviam em um local restrito e finito. A Igreja, sob o argumento da defesa do Cristianismo, investiu contra os bárbaros com as Cruzadas a partir do século XI, abrindo, ao mesmo tempo, espaço para novos contatos que começaram a atingir os feudos, principalmente no campo do comércio; começam a surgir classes de pessoas livres, como mercadores, viajantes e piratas; os senhores feudais perdem poderio quando se inicia a formação dos primeiros burgos e cidades a partir de feiras; o homem, antes recluso, principia um movimento de saída dos feudos.

Ora, a utilidade da informação, que antes não se justificava, já que o homem medieval não sentia que seus poucos “bens” estavam ameaçados, ou ainda, que poderiam existir bens melhores, passa a ter algum valor. Podemos nos valer de observações feitas por Marques de Melo para descrever os sinais de mudanças daqueles tempos. Segundo ele, “como homens livres, os habitantes das cidades encontram ambiente favorável para exercitar o seu gênio inventivo, cortando as amarras seculares que os vinculavam à ignorância e ao conformismo” (2003,38). Esses homens, afirma o autor, têm interesse em desenvolver habilidades que possam auxiliar nas novas atividades mercantis e por isso, a educação, a leitura e o domínio da matemática passam a representar meio de sobrevivência.

As primeiras viagens marítimas para descoberta e conquista de novas terras, o Renascimento, movimento artístico e literário de origem italiana que se difundiu pelo restante do continente europeu, e os primeiros movimentos da

Reforma Protestante completaram o conjunto de necessidades de informação que despontavam no Velho Mundo. Conforme Marques de Melo, “a procura de livros, nas cortes do Renascimento e nas universidades, atingiu proporções tais que os copistas não tinham condições para atender todas as solicitações”. (MARQUES DE MELO, 2003, 41).

Assim, quando Johann Gutenberg começou suas experiências com a prensa de tipos (a tipografia), em Estrasburgo, no ano de 1438, permitindo a reprodução rápida de um mesmo texto², as condições de disseminação da nova máquina estavam postas em um processo irreversível. Mesmo que alguns autores minimizem o feito, argumentando que Gutenberg apenas aproveitou recursos técnicos já conhecidos, como papel, tinta, prensa, alfabeto e metais, ficaremos com a posição daqueles que consideram a descoberta uma verdadeira revolução e um marco tecnológico e cultural. Como descrevem Albert e Terrou, para quem estava claro que existiam novas necessidades de informação e que “uma série de fatores políticos, econômicos e intelectuais conjugaram seus efeitos para aumentar notavelmente a sede de notícias no Ocidente”, e a prensa de Gutenberg “poderia oferecer à linguagem escrita possibilidades de uma difusão que o manuscrito não tinha” (1990, 4-5).

² Segundo John B. Thompson, Gutenberg só estava com sua máquina totalmente desenvolvida no ano de 1450 e seu método consistia em duplicar letras de metal de modo que grandes quantidades de tipos podiam ser reproduzidas para a composição de textos extensos. Assim, uma página de tipos podia ser composta, unida e manejada como um único bloco, à qual se podia passar e pressionar o papel (1995, 231).



Figura 3 - Reprodução de gravura da p. 92 do livro *A escrita memória dos homens*, de George Jean. Desenho do que teria sido a primeira prensa de Gutenberg.

Ainda que tardassem mais de um século e meio entre o surgimento da nova invenção e o nascimento da imprensa periódica (ALBERT & TERROU, 1990, 5), a transformação mental do homem medieval somada à possibilidade tecnológica da impressão formatou uma nova realidade mundial em que a troca de informações tornou-se uma imposição.

1.3.1. As revoluções da impressão

Agora que já localizamos a escrita, precisamos encontrar a notícia, perdida em Roma, transformada em relatos orais durante a Idade Média, ressurgida em formatos artesanais no período da Renascença, como os *avvisi* italianos, manuscritos dos séculos XV e XVI que serviam para informar com regularidade os príncipes e negociantes dos centros comerciais e portuários italianos (ALBERT & TERROU, 1990, 5) e que serviram para refundar o uso da escrita para a transmissão de informações entre as pessoas.

Conta Georges Weill (1962) que a Itália, assim como a Alemanha, eram os países mais agitados da Europa daquele período, onde havia alta concentração de

nobres e comerciantes interessados em notícias sobre os acontecimentos do mundo. É particularmente curiosa sua descrição acerca desse fato:

Esta intensa curiosidad encontró hombres para satisfacerla, mercaderes de noticias, hábiles para recoger estas informaciones que ciertos ricos e poderosos personajes no vacilaban em pagar muy caras. Venecia estaba especialmente bien situada para este comercio; la gran república mercantil, a la que españoles y portugueses no le habían quitado la primacía, sostenía relaciones con todos los países; sus patricios, sus gobernantes, inquirían informaciones tan precisas y detalladas como fuera posible. Los mercaderes de noticias hicieron todo lo posible para dar estas informaciones por medio de avvisi manuscritos. Su clientela se extendía fuera de Venecia, por toda Italia, así como por Alemania, pues los banqueros y los comerciantes de lanas de las ciudades libres alemanas no eran menos activos y emprendedores que los de la Península. Se abonaron a los avisos de Venecia; después encontraron en el Sacro Imperio noticieros tan hábiles como los italianos para interrogar mercaderes, peregrinos, viajeros, oficiales de lansquenetes. Los Fugger, los poderosos banqueros de Augsburgo, concedieron a esto tanta importancia que quisieron tener un servicio propio de noticias; ésta es una idea que los Rothschild, a comienzos del siglo XIX, habían de acometer con éxito. (WEILL, 1962, 5)

Sem que nos desviemos de nosso percurso, vale ressaltar que Weill, em sua exposição, consegue capturar duas situações relacionadas a esta investigação: uma indicativa da provável percepção que as personagens daquele momento conseguiram ter sobre o poder advindo do controle da informação; e a outra, consentânea à primeira, que diz respeito ao fato de, a partir de então, o poder econômico ter passado a figurar usualmente atrelado à propriedade dos meios de comunicação. Situação que persiste nos tempos atuais.

Agora, retornemos ao foco de nossa pesquisa para pontuar o surgimento da notícia impressa, que, no entanto, é relevante que se note, não desbancou de vez as notícias manuscritas, como bem observa Weill,

Quando la noticia impresa vino a disputarle el mercado a la noticia manuscrita, no la hizo desaparecer; las dos coexistieron durante todo el siglo XVI e incluso después. Una institución establecida cede lentamente su lugar a una institución nueva, aunque perfeccionada. Fue preciso tiempo para construir y multiplicar las prensas; muchas ciudades nos las tuvieron hasta muy tarde. Por otra parte, aquéllas fueron monopolizadas por las autoridades civiles o religiosas. Los redactores de noticias manuscritas, que ejercían su oficio desde hacía mucho tiempo, tenían sus informadores y sus clientes; los conservaron durante bastantes años, tanto más cuanto que las noticias impresas, puestas al alcance de todos por un precio poco elevado, aparecían como algo inferior, bueno para el pueblo. (WEILL, 1962, 5)

Assim, antes que adquirisse as feições com as quais hoje a identificamos, a notícia, dispersa em vários formatos, transitou por tempos em que mais se assemelhava a um escrito qualquer, vestida de letras, em brochuras, livros, manifestos, informes, editos e panfletos que foram sendo disseminados após a criação da impressão, tendo passado antes por um período inicial de descrédito quanto ao seu valor e autenticidade, se comparada com a notícia antes manuscrita, como bem narra Weill. É, pois, perseguindo os caminhos das oficinas tipográficas e dos produtos que delas saíam que encontraremos essa “nova” notícia impressa.

Depois da Alemanha, a prática da impressão gráfica se espalhou pela Europa com rapidez, chegando a 250 lugares até o ano 1500, e com uma impressão estimada de 13 milhões de livros para uma população de 100 milhões de pessoas (BRIGGS & BURKE, 2004, 26). Esse crescimento impulsionou uma série de outras atividades que, por sua vez, exigiram a formação de novas habilidades, listadas por Thompson (1995, 231), como compositores, leitores de provas, impressores, gravadores, encadernadores. Isto sem falar nas várias áreas que passaram a depender da impressão: comerciantes e pequenos industriais, que precisavam de letras de câmbio, recibos, contratos; administradores das cidades, que demandavam guias de impostos, avisos, formulários, editais; a Igreja, que solicitava reproduções de imagens de santos, orações, bulas papais, indulgências e, ainda, como lembra Marques de Melo (2003, 42-43), a população em geral, que queria ler livros e obter informações dos acontecimentos da época por meio de uma iniciante imprensa periódica.

Se apenas os dados forem considerados, podemos afirmar, com base na literatura que versa sobre a criação da tipografia, que a partir dali se deu uma verdadeira revolução cultural. Nas palavras de Marshall McLuhan, inaugurou-se uma “cultura das publicações”. Por outro lado, estudiosos há que consideram que a tipografia foi apenas um catalisador, mais ajudando as mudanças sociais do que as originando, como pensam Briggs e Burke (2004, 33). Sem desmerecer a utilidade do debate, este estudo adotará uma visão mais específica e condizente com nossa busca: a da dimensão do invento para o surgimento da notícia. Assim, podemos nos apoiar em um ponto de vista, bastante aceito, de que a expansão rápida das

técnicas de impressão nos principais centros comerciais europeus deve ser considerada como “fato que se constituiu no alvorecer da era da comunicação de massa” (por exemplo, John B. Thompson 1995, 231).

Para Thompson, o invento “coincidiu com o desenvolvimento das primeiras formas de produção capitalista e de comércio, de um lado, e com os começos do moderno Estado-nação, de outro”, (1995, 231). Este sim, um ponto importante de referência para a localização da notícia: o papel que teve a imprensa na formação dos novos Estados nacionais. Na avaliação de alguns autores inclusive, como Marques de Melo (2003, 50-51), a imprensa favoreceu a expansão do nacionalismo exatamente porque facilitou “a afirmação das línguas regionais e a centralização do poder buscada pelos monarcas”.

Para tratar do surgimento dos novos Estados nacionais, é mister enveredar a análise para dois grandes acontecimentos do século XVIII, a Revolução Francesa e a Revolução Norte-Americana. Ainda que a revolução americana tenha se dado antes, por uma questão de relevância, estudaremos antes o movimento francês (1789).

Robert Darnton sustenta que, ao contrário da postura adotada pelos historiadores em geral, que tratam a tipografia como “ingrediente” do movimento revolucionário francês, a prensa tipográfica deve ser vista como um instrumento que deu forma aos eventos que registrava. “Foi uma força ativa na história, especialmente durante a década de 1789-1799, quando a luta pelo poder foi uma luta pelo domínio da opinião pública” (1996,15).

Ao forçar um aprofundamento sobre o verdadeiro papel da imprensa durante a Revolução Francesa, o professor Darnton recoloca em discussão o tema do poder da imprensa e das relações desta com o poder político após o fim da Idade Média. O que não quer dizer, esclarece ele, que os monarcas absolutistas não tivessem consciência do alcance que podiam ter os textos escritos. Fato perceptível pela longa lista de obras literárias censuradas, mesmo na época em que os textos eram manuscritos.

Pondera Daniel Roche, que investigou o mesmo tema junto a Darnton, que os governos reais sempre manifestaram preocupação em limitar o acesso do cidadão comum à leitura e, por conseqüência, aos conteúdos que pudessem inverter a ordem pública. Essa imposição, porém, atendia a mais de um interesse, em especial ao econômico. Com a disseminação da impressão gráfica, outros países, em especial a Alemanha, além da França, passaram a publicar e vender livros e outras publicações³ para a população parisiense, vários na ilegalidade, o que significava que não se recolhiam os devidos impostos para o Estado Francês. “O Estado (monárquico) agora intervinha para proibir uma publicação estrangeira não apenas para impedir a subversão, mas também para proteger o monopólio dos editores de Paris”, informa Roche (1996, 26), lembrando que existia uma política institucional de benefícios e subsídios concedidos pela Coroa àqueles que editassem o que permitiam os monarcas e o alto clero.

A censura – tema de particular interesse para a comunicação - é detalhadamente examinada por Darnton, pela estreita relação dessa prática com o exercício do poder público antes e pós-revolução. Conforme ele, essa relação era eivada de paradoxos, já que os censores eram pessoas recrutadas entre os detentores de alguma intelectualidade, necessária até para o exercício da função, muitos desses simpatizantes das recentes idéias iluministas – situação que acabou aproximando a monarquia dos novos ares da ciência e da filosofia. Foi essa ambigüidade, acrescida de uma quantidade cada vez maior de pedidos de edição, que permitiu a publicação de várias obras com conteúdo favorável ao movimento revolucionário e a perda paulatina do controle do governo daquilo que se editava na França.

Além dos livros, observa Darnton (1996, 17), tudo o que se imprimiu durante aquele turbulento período, desde calendários, canções, estampas, baralhos, almanaques, trazia algum tipo de mensagem revolucionária. E a maior prova de que ocorria uma frouxidão progressiva da censura às publicações na

³ De acordo com Daniel Roche, o crescimento do fluxo de publicações pode ser percebido pelo fato de que, no ano de 1700, Paris publicou cerca de 500 títulos e em 1771, esse número pulou para mais de mil por ano, número que cresceu ainda mais entre 1789 e 1790.

medida em que se aproximava a Revolução (14 de julho de 1789) reside na decretação pela Assembléia Nacional da França, apenas um mês após a Queda da Bastilha, da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, que reza em seu artigo XI: “A livre comunicação dos pensamentos e opiniões é um dos direitos mais preciosos do homem; todo o cidadão pode, pois, falar, escrever e imprimir livremente; salvo a responsabilidade do abuso dessa liberdade nos casos determinados pela lei”. Mesmo não tendo sido o primeiro tratado público de defesa da liberdade de expressão, como comprovado pelo discurso no parlamento britânico da *Areopagítica* de Milton, em 1644, onde este tece uma forte defesa da liberdade de imprensa, o texto da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão é considerado um marco legal da causa, exatamente pela atmosfera que cercou sua edição.

Vários fatores conduziram o mundo àquele momento: um irrefreável interesse pela leitura denotado pelo aumento do número de pessoas alfabetizadas, edições de livros, salas de leitura, bibliotecas públicas, cafés literários. Enfim, parecia mesmo que a leitura havia aberto uma porta e o público não mais pretendia fechá-la. Até a compra por assinaturas, informa Raymond Birn, havia aumentado intensivamente, fosse na busca de “romances baratos ou das *Encyclopédies* mais impressivas”, (1996, 83).

O impacto da Revolução foi tão grande que, até 1793, toda a infra-estrutura legal e institucional do mercado editorial do Antigo Regime, que permitia esquemas de monopólio de produção gráfica e subsídios reais para as elites intelectuais, estava extinta e com ela as antigas corporações de livreiros. Por outro lado, a falta de controle oficial, mais do que elevar numericamente os estabelecimentos ligados ao mundo gráfico, o que de fato ocorreu⁴, permitiu uma “explosão” da liberdade editorial a ponto de fazer florescer e expandir a imprensa periódica e das publicações efêmeras, como o jornal e as revistas, em detrimento do livro, que perdeu sua supremacia. “Tal produção (de jornais), em Paris, saltou

⁴ Carla Hesse afirma que o número de gráficas em atividade em Paris durante a Revolução quase quadruplicou e o de livreiros/editores triplicou. O número estimado de empresas do mercado editorial no ano de 1788 era de 227 gráficas e editoras.

brutalmente de quatro em 1788 para 184 em 1789, e 335 em 1790, estabilizando em 236 em 1791” (HESSE, 1996, 127).



Figura 4 - Reprodução da p. 143 do livro *Revolução Impressa*, organizado por Robert Darton & Daniel Roche - Gravura colorida localizada na Bibliothèque Nationale, Cabinet des Estampes, Paris-França alusiva ao interesse do povo pela declaração da liberdade de imprensa em 1797.

Entre as mudanças estruturais e tecnológicas podemos enumerar: nova organização do trabalho, com turnos noturnos e trabalhadores temporários, maior divisão do trabalho e especialização dos gráficos, a criação dos primeiros sindicatos e campanhas por direitos trabalhistas; a expansão dos espaços das oficinas gráficas, maior quantidade e mais aperfeiçoadas máquinas impressoras. No caso das alterações que a nova tecnologia trouxe para o trabalho, Philippe Minard (1996) assinala que houve uma mudança lenta, mas progressiva das habilidades, pois as antigas técnicas não foram abandonadas de imediato, ao contrário, foram utilizadas até o seu limite.

Mas, reconhece o autor, o movimento deu início à extinção da “mentalidade artesanal” do Antigo Regime, já que o novo ofício exigia o conhecimento prático (*know-how*) e teórico, presente nos manuais – que, talvez em um prenúncio do que viria a acontecer nas redações dos jornais da Modernidade, nem sempre eram seguidos. “À tecnologia racional da oficina de funcionamento ideal, os tipógrafos opõem sua inventividade, os truques do ofício, como um meio de reapropriar-se da oficina” (MINARD, 1996, 155-175).

Os manuais, aliás, correspondiam ao ideal racional do que deveria ser o trabalho de um tipógrafo, tudo limpo, organizado, com regras, ordem e locais próprios, até para as ferramentas. A produção nesta e em outras oficinas deveria ser algo bem próximo dos conceitos descritos nas enciclopédias, mas que não correspondia à realidade do local em que os empregados sujavam os dedos nas tintas e tinham que empregar muita força para manusear a prensa convencional de movimento único. Apenas a divisão do trabalho, no rumo da industrialização que se acercava, e com vistas a uma maior produtividade, era perceptível. Segundo descreve Minard (1996, 163), os compositores eram divididos em equipes de *paquetiers*, cada um deles compondo uma página e passando-a, em estado bruto, para o chefe da equipe, que cuidava da imposição, correção e travamento.

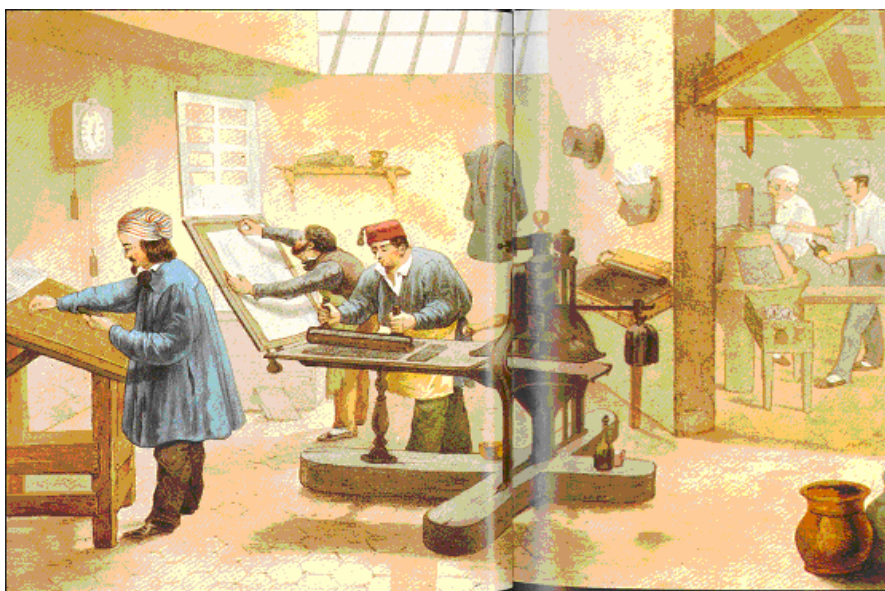


Figura 5 - Reprodução da p. 111 do livro *A escrita memória dos homens*, de George Jean. Gravura alusiva ao trabalho de uma tipografia padrão do século XIX.

A imprensa passou a ter importância para todos os setores da sociedade que se formava: para os prósperos comerciantes burgueses que precisavam de recibos, contratos, notas de transações comerciais; para continuar suprindo os interesses da Igreja em manter a fé cristã, por meio da impressão de bulas papais, orações, indulgências; para a administração pública das cidades emergentes, fornecendo guias de impostos, editais, proclamas, e, finalmente, para atender a

curiosidade de uma população cada vez mais alfabetizada que queria se manter atualizada sobre os acontecimentos da época, e que consumia vários impressos que não apenas os livros – produtos esses considerados marginais pela maioria dos autores por não possuírem os requisitos estéticos ou intelectuais aceitos pela *intelligentsia* – como calendários, panfletos, almanaques, ou imagens obtidas por meio de gravuras em caixas de rapé, moedas, timbres, caricaturas, retratos, emblemas, bandeiras, selos, que cumpriam a função de inserir o novo cidadão em seu tempo.

A atualidade, aliás, é um conceito que se inaugura com a imprensa, ao lado da liberdade de imprensa e de dois outros valores presentes na base da Revolução Francesa: o nacionalismo e o individualismo, fundamentais para o surgimento do jornalismo, e dos novos Estados nacionais. Manter-se informado fazia parte do cenário de então. O povo queria participar dos novos ares, e conhecer as notícias era pré-requisito para isto, o que levou o jornal - um veículo mais rápido e fácil de ler que o livro – a fazer parte do cotidiano das pessoas.

O surgimento do nacionalismo foi muito bem apreendido por McLuhan que atribui o fenômeno ao fato de que, com a imprensa, as pessoas passaram a comungar de sentimentos de uniformidade e identidades, como uma mesma língua. “A tribo, forma prolongada de família de parentesco consangüíneo, explode com a imprensa, sendo substituída por uma associação de homens homogeneamente treinados para serem indivíduos”, (MCLUHAN, 2003, 202). Foi a imprensa que forneceu a essas pessoas uma imagem visual de seus destinos e do status daquele grupo, uma nação.

Já o individualismo, defende Marques de Melo, tem suas raízes atreladas ao conceito de nacionalismo e no sentimento de existência que o homem passa a ter quando se desliga dos valores míticos da Idade Média, e vai “aguçando o sentido de propriedade pessoal e particular” (2003, 51). O livro e os demais impressos também, por serem portáteis, passam a sensação de autonomia e individualidade, diz o autor, que acrescenta ainda a emergência do espírito crítico como característico do período.

Inserido no mesmo contexto dos achados anteriores é preciso compreender ainda, antes de passar ao exame dos acontecimentos que se davam no século XVIII nas terras norte-americanas, o conceito de esfera pública. Claro que aqui o faremos sem qualquer pretensão de aprofundamento do tema, que apesar de largamente estudado ou talvez por isso mesmo, reveste-se de complexidade maior do que demanda a presente investigação.

Assim, com base no pensamento de Jürgen Habermas, que inclusive alerta para a necessidade de dosar a aplicação do conceito de esfera pública burguesa para o momento em que se deu a Revolução Francesa, vamos entender que tal expressão, serve, inicialmente, para designar “a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social” (2003, 42).

A imprensa, assim, estaria inserida na estrutura básica da esfera pública burguesa do século XVIII, na parcela que Habermas denominou de “esfera pública literária”, ao lado dos clubes e cafés literários tão comuns à época. É por meio dela que se forma e manifesta a opinião pública capaz de intermediar os interesses da sociedade junto ao Estado, a chamada “esfera pública política” (2003, 46). Essa esfera pública podia ser localizada já há algum tempo na nação economicamente rival da França na época da revolução, a Inglaterra. E qual a relevância da Inglaterra para as duas revoluções, a francesa e a norte-americana? De acordo com recapitulação feita por Eric Hobsbawm, o movimento francês somente eclodiu, entre outros motivos já listados, porque o endividamento e a pobreza da França atingiram níveis insuportáveis. Os camponeses estavam cansados dos altos tributos cobrados para manter a monarquia e os aristocratas; a classe média, por sua vez, também se ressentia porque com a crise financeira todos os cargos da administração – tradicionalmente ocupados por ela – foram sendo ocupados pela nobreza. Foi nesse quadro que a França resolveu apoiar a guerra pela independência americana do jugo inglês. “A guerra e a dívida – a guerra americana e sua dívida – partiram a espinha dorsal da monarquia”, (1996,

17). Aproveitou assim a jovem burguesia francesa, sustentada pelos filósofos, pelas idéias liberais inglesas e, pelo desespero do povo que passava fome, para promover a mais radical “revolução social de massa”, apregoa Hobsbawm.

A Inglaterra adquire especial interesse para essa perquirição. Foram os debates e discursos no Parlamento britânico, onde corajosas idéias políticas sobre direitos individuais, direito à liberdade de expressão, à propriedade privada, à liberdade religiosa, entre outras, tomaram forma, antes mesmo dos movimentos que suscitaram a Revolução Francesa. O discurso de John Milton, no parlamento britânico em 1644, em favor de uma imprensa livre, e ainda a informação de que, em 1571, Peter Wentworth já havia feito um discurso no mesmo Parlamento em defesa da liberdade de palavra, demonstram, na opinião de Edwin Emery (1965, 24-28), como esses ideais já existiam na Inglaterra e inspiraram, cem anos depois, os movimentos de libertação de outras nações européias, e também a reação separatista dos Estados Unidos.

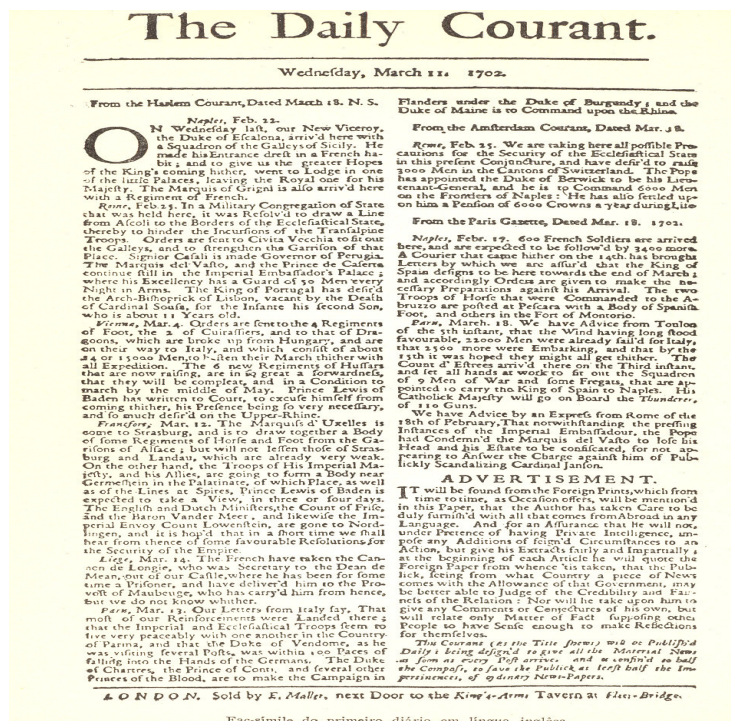
Observa esse autor, em seu detalhado levantamento sobre a história da imprensa norte-americana, que as raízes da mesma se encontram no modelo britânico. Emery adverte, porém, sobre a necessidade de se ter em mente que as iniciativas do que viria a ser a imprensa moderna ocorreram mais ou menos simultaneamente em todos os países do mundo de então. O exemplo dessa situação são os *corantos* (correios) europeus, que publicavam apenas notícias estrangeiras, mas já eram adotados em vários países (Boêmia, Holanda, Inglaterra, Alemanha) no início do século XVII no continente. (1965, 02,22).

Ele menciona que o jornal mais antigo de que se tem notícia, coerentemente com o local onde a prensa de tipos foi inventada, parece ter sido impresso na cidade de Bremen, Alemanha, em 1609. Depois disso surgiram modelos em Londres (1621) e em Paris (1631). Já o jornal mais velho do mundo, cuja publicação não sofreu solução de continuidade, conforme o próprio Emery (1965, 14), foi fundado em 1645, em Estocolmo, pela rainha sueca Kristina e servia para divulgar notícias da Corte da Suécia. Curiosamente, no momento em que elaborávamos esta pesquisa, chegou-nos a informação de que esse mesmo

jornal, o *Post-och Inrikes Tidningar*, tornou-se uma publicação totalmente virtual e on-line, abandonando a sua versão impressa a partir de 1º de janeiro de 2007.⁵

Para Emery, o jornal realmente pode ser considerado como a grande novidade resultante da criação da impressão, pois esse instrumento, cujo espécime mais antigo e próximo ao que se conhece hoje foi o *London Gazette* (lançado em 1665 na Inglaterra), estimulou a alfabetização e barateou o acesso da leitura para “as massas”. Mais que isso, a imprensa, garante o autor, permitiu o registro de fatos que nunca chegavam ao conhecimento da população, como os discursos e os feitos das autoridades públicas.

A máquina impressora tornou-se também um arquivo ao alcance de todos. Oferecia um relato mais responsável das transações, em contraste com as informações de boca. Depois da invenção da máquina impressora, o povo podia verificar os fracassos e as realizações de seus governantes de modo mais efetivo. Podia estabelecer a responsabilidade de uma diretoria pública (EMERY, 1965, 18).



Fac-símile do primeiro diário em língua inglesa.

Figura 6 - Reprodução da p. 32 do livro *História a Imprensa nos Estados Unidos*, de Edwin Emery. Fac-símile do primeiro diário publicado em Londres.

⁵ Informação colhida do portal de notícias Estadão em fevereiro de 2007. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/tecnologia/internet/noticias/2077/fev/05/286.htm>

Em consonância com o pensamento de outros autores que estudaram o nascimento da imprensa no mundo, esse professor de jornalismo considera que, naquele momento, “um novo cidadão começou a se firmar”. Depois de abandonar a vida feudal o homem caminhava para se transformar em uma pessoa de negócios, com valores típicos de uma classe média em formação, como lucro, produção, comércio, câmbio, empréstimos.

É esse novo cidadão, mais complexo, e agora guiado por uma nova fé apoiada pelos ditames da reforma protestante, mas perseguido na Europa exatamente por sua opção religiosa, que deixa a Inglaterra e se dirige para as novas terras da América. Surgia com ele, o capitalismo, assevera Emery (1965, 28-29), que também conta que foi em Boston, no local conhecido como Nova Inglaterra, o berço do jornal americano. Segundo ele, a cidade oferecia um ambiente propício para isso, pois em conjunto com a liberdade religiosa, e talvez por conta dela, as pessoas tinham interesse pela leitura, escolas, universidades, assuntos culturais e públicos.

Outro fator relevante para o surgimento dos jornais na América, a exemplo do que aconteceu quando nasceu a escrita, na Suméria, foi o comércio. Por conta dele, diz Emery, os empresários queriam publicar anúncios de seus produtos – prática usual nos cafés literários europeus, mas que depois não mais se sustentava nesse formato em virtude do crescimento das exportações e das vendas (1965, 44).

O primeiro jornal americano surgiu em 24 de abril de 1704, e se chamava *Boston News-Letter*. Editado por John Campbell, era uma folha impressa frente e verso, com circulação de cerca de 300 exemplares, e cujas principais notícias eram de caráter oficial. Os textos e a impressão eram feitos por agentes do serviço postal, já que os serviços dos correios sempre estiveram ligados ao jornalismo dos primeiros tempos ingleses e depois nas novas terras da América.

Depois disso, uma longa trajetória marcou a implantação dos primeiros jornais americanos, em uma história pontuada pela participação de grandes homens públicos, como Benjamin Franklin, que além de articulador dos

movimentos que culminaram com a Guerra da Independência, era jornalista, escritor, pensador político e empresário. Abriu sua primeira oficina tipográfica em 1728, e depois o jornal *Pennsylvania Gazette*, onde publicava artigos defendendo a liberdade de expressão e analisando, de maneira crítica, os assuntos que interessavam a sociedade que nascia.

Foi a partir de 1725, segundo Emery, que os jornais se multiplicaram por todas as colônias da América, inclusive com alguns, como o *New England Weekly Journal*, de Boston, inaugurando o serviço de correspondentes nas cidades vizinhas. A ascensão da imprensa foi tão significativa a partir daí, que tanto Emery quanto Albert e Terrou (1990, 12-13) apontam ali a origem da força da imprensa na sociedade, a ponto de em 1787 merecer ter sido chamada, por Burke, de “quarto Estado ou quarto Poder”. “Com os seus instrumentos primitivos, o jornalista impressor não só produzia uma fina arte gráfica, como tinha em mão um instrumento que transformaria logo a imprensa num quarto estado. Às vezes era mais poderosa do que o próprio governo” (EMERY, 1965, 78).

Antes, porém, de passarmos ao exame do contexto político que açambarcava o surgimento do chamado “quarto poder”, é aconselhável pontuar as condições técnicas que sustentavam o fenômeno. Nessa perspectiva, Emery descreve oficinas tipográficas localizadas no andar térreo de pequenos edifícios, tendo no centro uma impressora importada da Inglaterra, tabuleiros com tipos, cavaletes e estantes donde se tira papel para a impressão. Ao lado, conta o autor, existia uma tina para preparar o papel, este também importado da Inglaterra, era feito de trapos, mas tinha grande durabilidade, vasilha para mexer a tinta e picotadores de matriz, também ingleses. A impressora media sete pés de altura e pesava cerca de 800 quilos. Os trabalhos produzidos podiam ter bastante qualidade ou nenhuma, a depender do tipógrafo. Este tinha que ser conhecedor do assunto, pois uma única impressão requeria 13 operações distintas. As minúcias que envolviam uma composição tipográfica daquela época demonstram, em uma comparação superficial, o nível de mudanças que a técnica da impressão foi adquirindo ao longo do tempo. Importante perceber que todo o trabalho de uma

tipografia ao final da Idade Média produzia algo perto de 200 jornais de quatro páginas por hora, ou pouco mais de mil exemplares diários.

No campo da influência política do jornal em meados do século XVIII, nota-se, pela maioria das análises, que a tensão política que antecedeu a Guerra da Independência americana foi importante para o desenvolvimento da imprensa, já que quase todos os debates e tensões políticas eram retratados ou provocados pelas páginas dos jornais. E como a principal luta era a defesa da liberdade, avocar o direito à liberdade de imprensa estava totalmente coerente com a luta pela independência americana da Inglaterra e tudo o mais que isso representava: autonomia financeira, liberdade de culto religioso, garantia dos direitos privados e de escolher e depor seus governantes.

Aliás, os americanos já possuíam esses conceitos bem solidificados na sociedade, e isso se dava porque eles inspiravam-se nos próprios pensadores ingleses, como John Locke. Argumenta Emery (1965, 108) que tal quadro acabou por limitar a produção de grandes tratados acerca da revolução americana, como fizeram os franceses na época da Revolução Francesa. Os jornalistas americanos só precisavam copiar ou parafrasear seus antepassados para se posicionar perante os movimentos de independência. Era a época dos jornalistas patriotas, assim como também o eram impressores, publicadores e editores. Na avaliação de Emery, a imprensa levantou a opinião pública em prol da independência, a ponto de alguns artigos de jornais terem influenciado a doutrina que baseou a Declaração de Independência americana, que, por sua vez, somente ficou conhecida para a maioria dos americanos através da imprensa.

Exemplo maior é a conhecida primeira emenda da Carta de Direitos, integrada à Constituição de 1787, e que pregava que “O Congresso não fará nenhuma lei que limite a liberdade de expressão e de imprensa”. Na avaliação de Emery, em 1791, a liberdade de imprensa era mais adiantada na América do que em qualquer país livre europeu (1965,47). O que não significa dizer, como demonstrou depois a edição da Lei da Sedição, de 1798 – e pela qual se proibia a publicação de informações contrárias ao governo ou ao Congresso – que os anos

futuros não tenham sido marcados por retrocessos e avanços na questão da liberdade de imprensa.

1.4. A Revolução Industrial e a técnica

Albert & Terrou discordam da visão de Emery de que houve uma explosão da leitura de jornais no século XVIII nos Estados Unidos. Para eles, apesar de um grande número de publicações, o desenvolvimento da imprensa nesse período foi limitado pela “mediocridade” das tiragens, quadro que somente foi alterado a partir de 1830, quando houve, na avaliação dos autores, “uma renovação e extraordinário desenvolvimento da imprensa americana” (ALBERT & TERROU, 1990, 15). Ainda que não se possa contrapor as duas posições, a menos que se faça uma análise dos números globais dessas épocas – dificuldade óbvia para os padrões desse estudo -, a visão de Terrou nos remete diretamente à noção, compartilhada por estudiosos da modernidade, de que apenas com a Revolução Industrial e a instalação do sistema capitalista foi possível verificar-se uma alteração profunda no progresso da imprensa.

Foram vários os indícios a demonstrar que uma nova fase realmente se inaugurava para a imprensa por volta de 1800, em especial nos Estados Unidos. A aceleração do número de jornalistas especializados, mudando o antigo cenário em que o jornalista era o editor e o impressor das matérias foi um dos sinais. Outro sintoma, de acordo com Emery, foi o crescimento do número de notícias e de opiniões políticas que passaram a figurar nos jornais, em especial os editoriais nos Estados Unidos. Vejamos essa passagem do autor:

Aqueles que visitavam os Estados Unidos ficavam impressionados com a virilidade da opinião dos jornais. Homens de talento começaram a se especializar nesse tipo de jornalismo. A manifestação de opinião era a mais livre do mundo. Não havia em nenhuma outra parte uma crítica tão violenta do governo e um tratamento tão impiedoso de funcionários, que normalmente eram tratados com o maior respeito em outros países (EMERY, 1965, 191).

Também começam a aparecer algumas primeiras revistas e com elas a inserção de ilustrações obtidas pela técnica de gravura em cobre, marcando uma nova fase no jornalismo americano. Essas revistas, e os jornais, que ainda tinham

um custo elevado para o trabalhador comum, (EMERY, 1965, 210), tinham um bom poder de replicação, já que, nas pequenas cidades e também nas capitais eram lidos por uma grande quantidade de pessoas, sendo os dois veículos a única fonte de informação para a maioria da população.

Outras alterações de infra-estrutura, como a ampliação da rede postal, o aumento do número de estradas e vias fluviais, e de condições tecnológicas, como as novas técnicas de fundição de ferro e das peças que compunham as impressoras, ensaiaram avanços forçados pelas necessidades da imprensa. Para exemplificar, vamos nos servir de narração de Emery sobre uma situação típica no desbravamento do Oeste norte-americano, em que ele conta que “o editor-impressor era um dos primeiros a se instalar nos pequenos povoados, em barcas fluviais e em carros de boi ele levava suas poucas caixas de tipos e seu equipamento tipográfico”, podendo ou não ser ajudado pelo carpinteiro e ferreiro do local para a instalação de sua impressora manual. (1965, 191).

Ora, até aqueles idos, a vida na cidade padrão dos Estados Unidos ainda era muito simples, com iluminação feita por lâmpada a óleo, cavalos como transporte, ruas sem calçamento e casas sem saneamento básico. Mas, a partir de 1820, o quadro começa a mudar e o componente inovador foi a instalação da indústria e do modelo de ferrovias e fábricas desenvolvido pela Grã-Bretanha (HOBBSAWM, 1996, 7), e cujo exemplo individual de invenção revolucionou a economia: a máquina a vapor, inventada pelo inglês James Watt em 1769. Com a energia a vapor houve uma aceleração em vários setores da ciência, com um crescimento nunca antes observado de pedidos de liberação de patentes para os inventos que se sucediam. A introdução constante de novidades e a noção de velocidade e de progresso tornaram-se uma necessidade econômica.

Para Albert & Terrou (1990, 30-32), ainda que as revoluções técnicas não possam ser apontadas como o principal motivo para o incrível progresso que a imprensa adquiriu nesse período, não há como desconsiderar que essas, em conjunto com as mudanças econômicas – cuja fundamental alteração foi a chegada do capitalismo e com ele a consolidação de uma nova camada social, a

burguesia – imprimiram outro ritmo para aquela atividade. E na lista das invenções indicadas por eles estão: a invenção da tinta para impressão rápida do jornal, em 1818; o barateamento do papel que deixou de ser produzido a partir da madeira e passou a ser feito de retalhos de papel; a invenção da estereotipia, em 1829, que permitia a redução do número de tipógrafos para impressão de um jornal; o aparecimento da litografia como evolução das técnicas de gravura; o aperfeiçoamento das prensas para a forma de rotativas que passaram a usar o papel em bobina, em 1846; as estradas de ferro, o telégrafo elétrico, criado por Samuel Morse nos Estados Unidos em 1837, mas que estava sendo desenvolvido concomitantemente por inventores de outros países: Gauss (Alemanha), em 1838, Wheatstone (Inglaterra), em 1839, e Foy e Bregue (França) em 1845.

As estradas de ferro e suas locomotivas, que começaram a ser construídas ao final de 1820, e as máquinas movidas a vapor são mencionadas por Emery (1965, 213-214) como os mais determinantes fatores da chegada da era industrial, pois foram os propulsores das fábricas, do barateamento dos artigos, entre eles o jornal, da aceleração da economia, de uma revolução nos transportes e do sistema de distribuição dos bens e finalmente de uma mudança da vida rural para uma sociedade urbana, especialmente nos Estados Unidos.

O uso do vapor, aliás, teve efeito direto sobre a imprensa. Em 1830, Friedrich Koenig, da Saxônia, produziu, na própria Inglaterra, um processo de impressão rápido e baseado na força, pelo uso da imprensa a vapor. Este engenho dispunha de um quadro móvel que levava a composição para frente e para trás para receber a tinta depois de cada impressão, e o papel ia saindo de um cilindro a que depois se somou outro cilindro. Foi chamada de “impressora perfeita” e era capaz de imprimir 1.100 exemplares por hora (EMERY, 1965, 226).

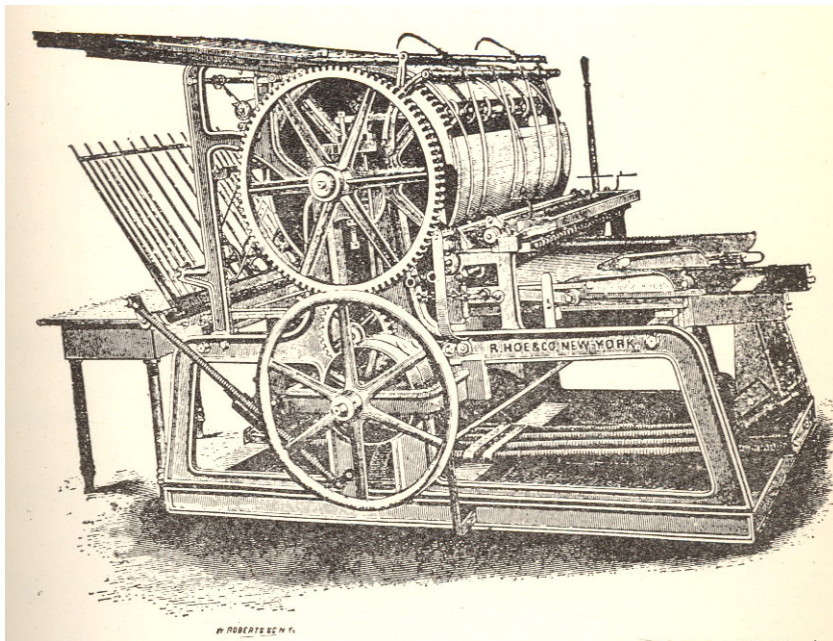


Figura 7 - Reprodução de gravura da p. 227 do livro *A história da imprensa nos Estados Unidos*, de Edwin Emery. Desenho alusivo a um tipo de impressora a vapor Koenig.

A próxima alteração significativa em impressoras aconteceu em 1847, quando começou a funcionar na França a prensa de retirada de Marinoni, com capacidade para imprimir folhas maiores, frente e verso, sendo que o processo de virar a página era efetuado pela própria impressora. Com essa máquina, a que se podiam agregar outras iguais, conta Jean (2002, 107), alguns jornais como o *La Presse* francês chegaram a imprimir até 60 mil jornais por hora.

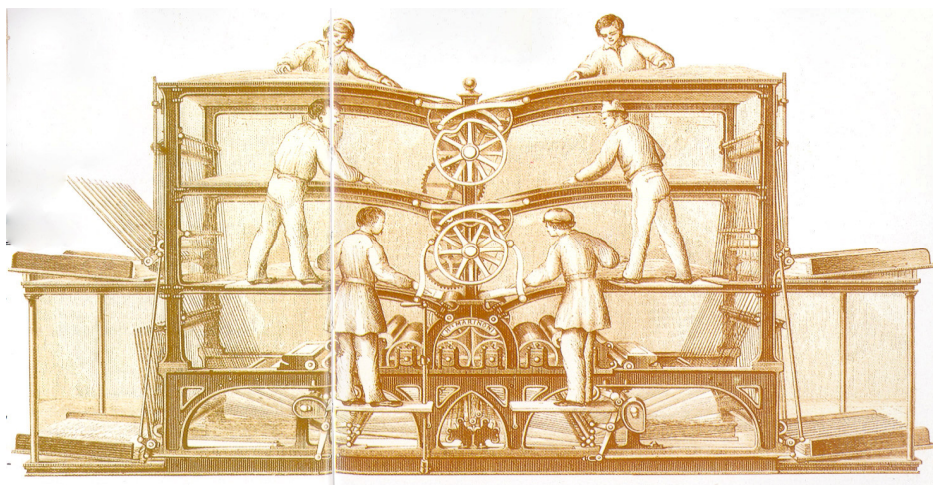


Figura 8 - Gravura da prensa de Marinori, p. 107, do livro *A escrita memória dos homens*, de Georges Jean.

Se considerarmos que o cenário político de meados do século XIX era de consolidação das liberdades individuais; que as evoluções tecnológicas propiciavam um sem número de novos inventos; que o nível de aculturação da população advindo principalmente do crescimento da alfabetização era cada vez mais elevado e, ainda, que as condições econômicas decorrentes da industrialização e da expansão das cidades estavam solidificadas nos países do mundo ocidental, teremos, no conjunto, uma alteração sem precedentes da civilização da era moderna.

Como não poderia deixar de ser, semelhante cenário irá afetar também as estruturas organizacionais e o modo de produção da imprensa, a ponto de ser o mesmo referenciado como o gerador da “idade de ouro da imprensa”, tomado como modelo daquilo que até hoje é adotado no setor, especialmente no que se refere às fórmulas de jornalismo e do mercado publicitário. Assim, antes que nos debrucemos sobre o aparecimento do jornalismo moderno e das estruturas que dariam origem aos grandes conglomerados de comunicação do século XX, é digna de apreciação a interpretação de Vieira Pinto sobre a natureza daquele momento, particularmente quanto à técnica:

A formação do conhecimento não precede a técnica ou a produção, nem sucede a elas. A dialética material da existência indica-nos estarmos em face de um ato único, indivisível interiormente, aquele pelo qual o homem se realiza em seu ser pela transformação do mundo, função criadora que está obrigado a executar para subsistir. Seria puro idealismo supor que se transformasse a si primeiro, para depois modificar o mundo. A técnica não existe à parte para servir à produção, como esta não se destina a engendrar idéias. Tudo se passa num ato só, subdividido para efeito de análise e exposição (2005, 198- 99).

Assim, balizados por esta concepção – a de que os fenômenos que envolvem a relação do homem com a técnica, e sua respectiva produção dos bens e serviços de que precisa para viver, acontecem de forma sistêmica ainda que não homogênea – estamos aptos a examinar o período a partir do qual se considera que ocorreu uma explosão do número de publicações jornalísticas. Para isso, iremos examinar o surgimento da imprensa moderna, mais detidamente nos Estados Unidos da América, onde (juntamente com a Europa) foram fundadas as bases para a imprensa praticada nos dias atuais no restante do mundo.

Para abordar essa nova fase – a do jornal barato, popular e acessível –, podemos tomar um dos conceitos elementares da economia capitalista, segundo o qual é a produção em alta escala que determina o barateamento de um produto. Devemos buscar, mais amiúde, as condições para que isto tenha acontecido. Conforme os apontamentos de Emery, até o começo do século XX não existiam repórteres empregados pelas empresas de comunicação. Estes eram os próprios donos dos negócios ou colaboradores graduados (pensadores, filósofos, juristas, historiadores). Fato este, sustenta Rizzini, explicável pelas origens dos primeiros escritos informativos da Idade Antiga e que influenciaram a trajetória da notícia.

Tais escritos aproximavam-se, pelo cerne informativo, dos monumentos arqueológicos e do estado embrionário do jornal. Hoje em dia, é manifesta a diferença entre história e jornalismo: este recolhe e espalha os acontecimentos vivos e quentes, e aquela os escoima, interpreta e concatena frios e decantados. Anteriormente, porém, e até o amadurecimento da imprensa, confundiam-se (RIZZINI, 1968, 25).

Para Emery, esse era o motivo pelo qual os jornais americanos e europeus eram mais opinativos e compostos por maioria de textos narrativos. Não havia até então um sistema de coleta de informações organizado. O primeiro escritório de correspondência de um jornal foi inaugurado em Washington, pelo *Baltimore Sun*, pelos idos de 1837, que transmitia as notícias pelo telégrafo. Em pouco tempo, esse jornal se tornou popular entre os homens de governo e a população, pois trazia uma cobertura, tanto quanto possível para a época, completa e apurada dos acontecimentos nacionais.

Essa foi uma época em que também foram lançados vários jornais ao preço de um centavo (ou um *penny*). Apenas em Nova York foram para a praça 35 novos diários, inspirados todos na experiência bem-sucedida do *New York Sun*, pioneiro do feito em 1833. Em poucos seis meses, esse tablóide de quatro páginas, conta Emery (1965, 233) tinha superado seus concorrentes e tinha uma circulação de oito mil exemplares.

Na seqüência, vieram o *New York Herald*, que em 1835 inaugura um estilo de texto em que os fatos eram transmitidos no estilo de reportagem e em 1851, foi lançado o *New York Times*. É a partir desse momento, em que aparecem os

primeiros jornalistas especializados, que também se configura um formato sistemático de busca por notícias. Um pouco antes, em 1828, o gerente do *Journal of Commerce*, David Hale, percebeu quanto os leitores davam importância ao fato de um jornal apresentar o mais rapidamente possível notícias de outros locais, e por isso, desenvolveu um serviço de barca que interceptava os navios que se dirigiam para Nova York antes que esses entrassem na Baía, e assim conseguia vencer a concorrência. Foi, por sinal, a concorrência entre os jornais diários no encalço de mais leitores, e o desenvolvimento das comunicações por telégrafo – inclusive com o lançamento dos cabos submarinos transatlânticos⁶ - que forçaram a criação das primeiras associações entre os jornais, em especial entre os pequenos diários que principiaram a enfrentar dificuldades financeiras para a obtenção de notícias nacionais ou do estrangeiro.

Na verdade, a história de criação formal da primeira agência de notícias não está diretamente relacionada com o uso do telégrafo. Em 1835, Charles-Louis Havas criou em Paris a agência Havas, que utilizava pombos-correios para o transporte de notícias – a maioria delas sobre economia e cotações que interessavam aos países próximos. Pouco mais tarde, no entanto, um alemão, Paul Julius Reuter, estabelece um escritório em Londres, para enviar notícias, também sobre economia, entre a capital londrina e Paris, utilizando o telégrafo, recentemente criado, em 1837.

Poucos anos depois, nos Estados Unidos, o efeito do telégrafo na criação de uma agência de notícias foi mais relevante. Emery relata que quando os jornais do interior, em especial os localizados no lado Oeste americano, descobriram o invento, rapidamente se encantaram com as possibilidades que o mesmo oferecia, entre elas, a de conseguirem informações atualizadas de Nova York e de Washington, com muito mais rapidez. Conta ele que, assim que os fios dos telégrafos de Nova York alcançaram a cidade de Utica, em Albany, no início de 1846, o *Daily Gazette* passou a receber boletins de Nova York. Para cobrir as

⁶ O primeiro lançamento de cabo transatlântico, de acordo com Briggs e Burke (2004, 135) aconteceu em 1965 e foi feito pelo navio *Great Western*, que demorou quase um ano para completar a tarefa.

despesas dos boletins, os editores de Utica solicitaram a cooperação dos demais diários do Oeste, que em troca receberiam de Utica, por meio de estafetas, cópias das notícias. “A criação de uma agência reconhecida para servir a todas essas distantes publicações e ir ao encontro das necessidades dos grandes jornais de Nova York parecia agora um passo lógico”, analisa Emery (1965, 273).

Assim, em maio de 1848, os donos dos seis principais jornais de Nova York, reuniram-se nos escritórios do *Sun* para firmar um acordo que previa a obtenção, em conjunto e de comum acordo, de notícias estrangeiras geradas por um telégrafo em Boston, ou por meio de navios que aportassem na mesma cidade. Batizaram-na de *Associated Press*. Esse grupo depois passou a ter um controle quase que total de todo o noticiário do exterior que chegava aos Estados Unidos, vendendo esse produto aos jornais que não faziam parte da cooperativa. A Guerra Civil e a Guerra com o México foram os testes por que passaram a nova associação para provar sua utilidade.

Um olhar mais arguto nos mostrará que nos últimos trinta anos do século XIX, os Estados Unidos se encontravam em plena expansão industrial, com uma crescente urbanização da população e imersos em um processo contínuo de implantação de uma rede de comunicação compatível com o crescimento da riqueza do país. Depois da eletricidade, e da lâmpada, inventada por Thomas Edison em 1879 – estava quase fechado o ciclo de revoluções no campo da energia e das tecnologias. Foi a vez, então, de Alexander Graham Bell, em 1870, lançar o telefone. Em pouco tempo, as redações dos grandes jornais já dispunham de ao menos um aparelho telefônico que, aliado à máquina de escrever e à máquina de calcular, aceleraram o ritmo de trabalho em todos os escritórios e jornais. “Cada um dos avanços e mutações materiais no caráter físico da sociedade americana teve seu impacto, pequeno ou grande, na imprensa do país”, resume Emery (1965, 371).

Esse atento pesquisador captura outro aspecto, ainda mais significativo, das transformações que ocorriam naquele período na América: “A expansão financeira e industrial de âmbito nacional que tomou o nome de “grande negócio”

(*big business*) transformou o jornal de uma grande cidade numa sociedade anônima, em vez de uma aventura pessoal” (EMERY,1965,371). Se considerarmos que nesses trinta anos o quadro social havia sido totalmente modificado, com a duplicação da população americana, o crescimento surpreendente no número de escolas (de 100 em 1870 para 6000 em 1900) e do nível cultural e de organização política e da sociedade, teremos a moldura das outras grandes mudanças que aconteciam dentro dos jornais: estes haviam quadruplicado em número e agora circulavam em praticamente todas as cidades americanas; os custos de produção e distribuição subiram tanto que os jornais tiveram que se socorrer de uma prática que representaria a sobrevivência dos diários nos anos vindouros: a venda de espaço publicitário; a profissionalização e a especialização do repórter, bem como a criação do estilo investigativo de reportagem – disseminado por Pulitzer –, além da compartimentalização das funções de um jornal e sua transformação em um negócio como outro qualquer, tornaram esse um empreendimento de alto valor econômico, assim como de risco para os que queriam tê-lo. Na verdade, estavam postas as bases para a formação dos primeiros conglomerados de comunicação que tomariam o cenário do século XX.

2. A imprensa e o exercício do poder

2.1. A notícia como instrumento de dominação

Ponto fundamental desta pesquisa – o exame da relação entre o poder Estatal e a sociedade pelo uso da comunicação e da tecnologia – pretendemos identificar neste capítulo, amparados em dados históricos, as aproximações e diferenças entre os elementos que compõem essas relações. Assim, seguiremos roteiro semelhante ao utilizado na introdução quando três momentos da história serviram para balizar a busca e a marcação dessas conexões: no Antigo Império romano; na criação da prensa de Gutenberg, e no surgimento da imprensa moderna e da sociedade industrial.

Para começar, é recomendável esmiuçar o papel das *acta* no contexto da sociedade romana daquela época, tanto em relação às suas funções políticas quanto sociais. Tal curiosidade se justifica se adotarmos a tese de Stephens (1993) de que o modelo de divulgação noticioso criado pelos romanos foi fator crucial de expansão e de integração daquele Império. Para ele, independentemente de que fossem divulgadas notícias sobre gladiadores ou os discursos dos tribunos, o sistema de comunicação romano – que não se baseava somente nas *acta*, mas também em cartas e notas – exerceu a função de fortalecer o Império, pois além de incutir nos governados o sentimento de nacionalidade, obrigava a expansão de sistemas paralelos, como o de transportes, de estradas, de rotas marítimas. A título de curiosidade, o autor faz uma comparação, observando que as tropas romanas há cerca de 2000 anos chegaram a construir algo em torno de oitenta mil quilômetros de estradas, enquanto nos Estados Unidos, no ano de 1987, o sistema viário interestadual não conseguia cobrir uma distância de setenta mil quilômetros.

Há registros do quanto as *acta* despertavam interesse e até mesmo o hábito em seus leitores, em especial naqueles que se localizavam em províncias afastadas da capital e apenas podiam obter informações sobre Roma por meio das cópias das *acta* ou de cartas trocadas com políticos ou soldados. Cícero era um desses casos, pois, quando na Cilícia (que ficava da Ásia Menor), como procônsul, dependia das *acta* e cartas para afastar a sensação de isolamento que a distância impunha e se informar sobre a movimentação da corte romana ou das estratégias de guerra. É peculiar também que boa parte da correspondência de Cícero tratava exatamente da questão da troca de notícias. O que, na visão de Stephens, demonstra a importância da notícia escrita para os romanos.

Rizzini, porém, questiona a relevância das *acta*, lembrando a limitação e a distinção entre aquele instrumento e os jornais atuais: a baixa circulação. Segundo ele, os romanos publicadores – leiam-se o imperador e os senadores – não tinham preocupação em fazer levar aos leitores esses documentos, bastando, para eles, a publicação. “A circulação das atas por cópias seria, porém, trôpega e restrita, em vista da inexistência de correios públicos, do custo do papiro, mesmo do feito em Roma, com a fibra egípcia, e do custo do pergaminho” (1968,6).

De qualquer maneira, ainda que as atas tivessem uma circulação modesta para a população da época – acredita-se que no ano 30 d.C. o Império Romano possuía 25% da população mundial – pode-se assegurar que essas publicações contavam com um público significativo, pois, de acordo com Stephens, existem registros indicando a existência de um artigo que constava de uma *acta* no ano 222 d.C. O que comprova que, como a primeira ata é datada de 59 a.C, esse instrumento (as atas) foi utilizado por pelo menos 280 dos 500 anos em que durou aquela cultura. Mesmo Rizzini crê que as atas perduraram pelo tempo em que viveu o Império.

Vale a transcrição do texto de Stephens sobre esse aspecto:

Evidências indicam que as notícias provenientes das *acta* circulavam amplamente. Cópias tinham que ser feitas à mão, evidentemente, mas os ricos e arrojados podiam alocar escravos para esse fim” (1993, 148). E ainda: “O Império Romano durou meio milênio – desde 27 a.C. até o ano 476 da era cristã – e se estendeu, no seu auge, desde o sul da Escócia até o sul do Egito. Entretanto, as notícias fluíam por esse império com notável eficiência. Demoraria outro milênio antes que a informação voltasse a se espalhar com tanta rapidez, e com tal integridade, no Ocidente (1993, 149).

Por outro lado, tudo indica que Rizzini esteja certo ao destacar um dos reais motivos que impulsionaram a publicação das *acta*. Diz ele que Júlio César, “fingindo servir à democracia, mas de fato sacrificando-a a suas ambições, visava como futuro ditador, a desmoralização do Senado, expondo-lhe dissídios e conflitos até então encobertos por inviolável sigilo”. Ainda segundo o autor, “deve-se a esse subalterno propósito [desmoralizar o senado] uma iniciativa que o andar dos séculos erigiria em direito fundamental dos povos: o exame e a crítica das resoluções do Estado”. Essa é a mesma posição de Stephens, para quem a decisão de Júlio César de publicar as *Acta senatus* “teve provavelmente a intenção de enfraquecer o poder de seus oponentes no senado” e de prejudicar ou auxiliar uma ou outra força política daquela casa. Isso parece lógico quando se volta na História. Júlio César fazia parte do primeiro triunvirato – formado também por Marco Licínio Crasso e Pompeu – tendo sido deste terceiro a iniciativa de aliar-se aos outros dois líderes para enfrentar os senadores, que temiam o crescente poder

de Pompeu, vitorioso no comando dos exércitos sobre escravos rebelados e piratas nas guerras contra o Oriente.

Mas não foi Pompeu quem mais se destacou a partir daí. Júlio César promoveu conquistas sobre a Gália e expedições além do Reno e do Canal da Mancha, o que teria provocado os ciúmes dos senadores. Após uma guerra civil, declarou-se ditador perpétuo⁷ e assumiu plenos poderes. Seu assassinato, em 44 a.C., por um grupo de senadores, comprova a tese de que as *Acta senatus* e as *Acta diurna* tenham surgido para “expor” o Senado Romano, como era intenção de César. Vale ainda o registro de Stephens, para quem, não apenas Júlio César tinha noção do poder que as notícias possuíam como foi capaz de despertar, pelas *acta*, essa percepção nos demais líderes romanos. Segundo ele, as autoridades do Império “brigavam entre si pelo controle das notícias, sendo que várias matérias de notícia, ou até mesmo veículos de notícias, eram empregados como armas em suas batalhas políticas”. A utilização da notícia para esses fins, plantada em Roma, continua sendo uma prática entre os políticos atuais, observa o autor.

Uma segunda motivação para que fosse estabelecido um sistema de informação romano, essa não de ordem política, mas sim estrutural, pode ter sido o crescimento do número de senadores, que na época do mandato de César subiu para 900, sendo que o normal foi, durante muito tempo, em torno de 300. Sobre esse dado, na detalhada obra *História da Vida Privada – do Império Romano ao ano mil*, organizada por Paul Veyne, este observa que: “No mundo romano os nobres e os notáveis compunham fisicamente o Senado e os Conselhos de todas as cidades. Ainda que nessas assembléias o número de cadeiras fosse limitado e nem todos os notáveis encontrassem lugar”. (1990, 100).

Essa elevação também ocorreu com o número de pessoas que participava dos comícios – as assembléias populares em que os cidadãos discutiam e votavam propostas a serem submetidas aos magistrados e posteriormente ao Senado. De acordo com Rouland (1997, 176-178), os espaços reservados para esses eventos

⁷ Ao contrário do sentido atualmente adotado, ditador perpétuo, no sentido romano, referia-se a um governante com poderes absolutos, mas que não os exercia sob a égide da opressão ou perseguição aos opositores.

foram ficando pequenos para a população participante, que chegou a 400 mil eleitores por volta de 115 a.C. Tal situação, é possível supor, além de provocar a elevação do índice de abstenção nas votações, resultou em decisões de Júlio César para contornar o problema: a realização regular de recenseamentos; a construção de espaços maiores, como o Campo de Marte (que podia abrigar até 70 mil pessoas); e a instituição de um modelo noticioso que fizesse chegar aos ausentes as decisões imperiais, senatoriais e militares.

Voltando à questão do fortalecimento do Império Romano, Stephens (1993, 151) nota que a relevância do uso da notícia para fins políticos não deve ser tomada para fins de análise das facções políticas que eventualmente venciam ou perdiam as disputas, mas sim, para o fato de que o sistema de informação romano foi fator de sustentação daquela cultura. Isto porque cumpriu duas funções precípuas para a edificação de um Estado: a de coordenar a sociedade e ao mesmo tempo socializar seus membros.

Ele cita, como exemplo, a possibilidade de os governadores das províncias poderem utilizar os informes sobre as decisões senatoriais para atualizar seus regulamentos. Outra função, e que talvez tenha sido a de maior relevância, seria a capacidade inerente às notícias de transmitir e fixar, nos soldados afastados e mesmo nos povos dominados de novas províncias, a cultura e a identidade do povo romano, o que servia não apenas para firmar as novas conquistas, mas para espalhar o modo de ser e de pensar da cultura romana.

2.2. Liberdade para ler e falar

“A Revolução Francesa assinala uma etapa fundamental na história da imprensa”. A frase é de Albert & Terrou (1990, 21) e dispensa maiores divagações sobre a estreita relação entre a vida política e a imprensa a partir daquele movimento e para a formação da sociedade Industrial. Fragmentos desse momento, que aqui serão citados, servem para comprovar a proximidade entre os dois elementos – poder político e imprensa – a partir da contemporaneidade. A

bem da verdade, além da popularização do livro, foi a partir dessa comunhão, nem sempre amigável, que a prensa de Gutenberg comprovou sua relevância.

A validade do movimento francês para a imprensa se deve ao fato de com ela terem surgido todos os contornos de um conceito essencial para a prática do jornalismo: o da liberdade de imprensa. Foi durante a revolução e no centro das agitações que a imprensa começou a mostrar o poder político que teria dali em diante, e mais ainda, que tal aconteceria não apenas pelo extenso número de jornais que surgiram, mas também pelas inusitadas características dessas publicações. É distintivo, no entanto, e por isso deve ser destacado, que desde o nascedouro, essa nova instituição, a imprensa, já indicava que poderia ser utilizada ou representar forças contrárias aos poderes autoritários.

Como dito, a agitação política era tamanha às vésperas da Revolução Francesa, que houve um disparo no número de jornais – vários deles lidos e ardorosamente discutidos nos cafés de Paris. Poucos meses antes da eclosão do movimento, as autoridades do Antigo Regime tentaram suprimir essas publicações⁸. Mas, já era tarde. Nas palavras de Albert e Terrou, “em algumas semanas todo o sistema de controle da imprensa do Antigo Regime desabou” (1990, 22). Não podemos esquecer que o que estava em jogo, no caso da atividade editorial, não era somente a liberdade de esses jornais expressarem as idéias que inquietavam as massas, mas todo um esquema de privilégios políticos e financeiros para aqueles que detinham o controle do mercado editorial, como tratamos anteriormente.

Assim é que não se pode separar a figura dos editores oficiais dos novos movimentos de divulgação de notícias revolucionárias. Pierre Casselle (1996,135) exemplifica essa afirmação, informando que o impressor municipal de Paris ocupava uma posição tão estratégica que era considerado o “elo entre os governos e os governados”. Para ele, o que acontecia, na verdade, era uma transformação

⁸ Lise Andries descobriu que calendários e almanaques revolucionários foram utilizados como arma política na França. Eles registravam feitos do ano anterior, entre eles, trechos de discursos parlamentares e de leis aprovadas que coincidiam com os interesses do movimento político a favor da Revolução (1996, 297).

na maneira como os 'súditos' enxergavam os que estavam no poder. Os agora 'cidadãos' desconfiavam "da própria noção de representação", assinala o autor. Mas, como essas pessoas tinham noção de que não poderiam reunir toda a cidade em uma grande assembléia, exigiam a publicação de todos os atos de seus representantes e buscavam ler os mesmos. Vale lembrar, porém, que desde antes, as autoridades municipais utilizavam o impressor oficial para publicação de decisões e leis, diz Casselle (1996, 136). Esse material, no entanto, dificilmente chegava às mãos da maioria da população, acrescenta o autor.

A partir da instalação da Assembléia dos Representantes da Comuna de Paris, porém, seguindo exemplo da Assembléia Constituinte, a Comuna de Paris nomeou um impressor exclusivo para a publicação das atas dos trabalhos da Assembléia. Decisão que revela que começava a existir uma nova mentalidade entre os legisladores. Mas, não é possível concluir, pelos vestígios localizados nos poucos exemplares remanescentes desse tipo de relatório, se a decisão dos legisladores se dava por uma real conscientização sobre os direitos dos comandados, ou, se por medo de extinção daquela forma de representação.

De todo modo, qualquer que tenha sido a motivação, o que se depreende é que a iniciativa contava com boa dose de convicção do que era necessário fazer. Isto fica demonstrado por intrigante descoberta feita por Casselle de que em outubro de 1790, os Lottin, impressores oficiais da Assembléia, imprimiram um sumário, escrito por Jacques Godard, *sob o título Relatório das Atas da Assembléia Geral dos Representantes*, publicado à custa dos próprios representantes, que pagaram nove libras cada um pelo serviço. "Dá-se um bom exemplo quando os servidores públicos, não satisfeitos em deixar suas ações falarem por eles, também registram suas idéias e princípios, de modo que possam estar ao alcance de seus constituintes sob quaisquer circunstâncias", referiu-se Godard sobre o caso.

Outro pesquisador, Michel Vernus, fez uma pesquisa também interessante para nosso foco de investigação. Ao estudar as transformações culturais na província de Franche-Comté nos trinta anos anteriores e, em particular, às vésperas da Revolução Francesa, Vernus detectou uma explosão do número de

publicações na região, como também no nível de alfabetização e de leitura daquela população. Com exceção da concentração de oficinas tipográficas no local, que é citada pelo autor, não estão claros os motivos pelos quais tal fenômeno aconteceu em Franche-Comté. O que é perceptível, contudo, e isso chamou a atenção do estudioso, é que ali as notícias impressas foram utilizadas como arma política entre os que defendiam a Revolução e aqueles que lutavam contra o movimento. Assim, existia um círculo contínuo de produção de notícias para abastecer a ansiedade das pessoas pelas informações sobre as facções políticas em confronto e essas dependiam das publicações para angariar simpatias e marcar suas posições.

Entre seus achados, Vernus conta que, no período revolucionário, impressores locais cuidavam de produzir textos legislativos a partir de trechos das atas das reuniões do Comitê de Salvação Pública de Paris. Esses textos oficiais eram encaminhados para as comunas, que recebiam material semelhante também de outros distritos. Toda a produção de informes destinava-se e deveria atingir, obrigatoriamente, o máximo de cidadãos franceses, inclusive o campesinato. “Esse era o preço a pagar pelo triunfo da liberdade”, avalia Vernus. Para aqueles que ainda não sabiam ler, não havia problema: as leituras públicas feitas quase compulsoriamente aos domingos e feriados eram práticas comuns nas vilas do interior. “Seja através de leituras públicas oficiais, seja através de leituras clandestinas em reuniões noturnas, mais do que nunca a mensagem política era transmitida pela leitura em voz alta. Como no passado, a leitura era coletiva e comunal” (VERNUS, 1996, 186).

Ele acrescenta que, no caso dos relatos sobre as atividades legislativas, existia um reforço nos pedidos das autoridades para que os mesmos fossem dados ao conhecimento da população. Isso não queria dizer, no entanto, adverte o escritor, que o quorum de ouvintes para essas leituras fosse alto. O que o autor não esclarece, mas é um ponto que apresenta óbvio interesse para os propósitos desta pesquisa, diz respeito ao possível motivo para tais ausências. Seria uma resposta à obrigatoriedade de participação às leituras ou apenas a manifestação de desinteresse provocado pelo excesso de oferta de notícias sobre um mesmo tema? Não parece aqui que caiba como explicação que a categoria dos

representantes legislativos estivesse já em descrédito junto à população ou que as ações da Assembléia não interessassem ao povo, mesmo porque o movimento revolucionário era tido em elevada conta pelos que nele acreditaram e representava o ideal de liberdade e democracia da maioria dos franceses, como reconhece o próprio Vernus na seguinte passagem: “Um dos seus prazeres (dos habitantes de Sain-Laurent em Grandvaux) é a informação que trazem os jornais, ansiosamente esperados; não lhes falta nada do conhecimento que os jornais apresentam da situação política (1996, 192)”.

Apesar do ambiente de liberdade de expressão que envolvia a França, não se pode dizer, na avaliação de outro pesquisador, Jeremy Popkin, que a censura havia sido dizimada. Ao contrário, ele assinala que possuir um jornal no período em que vigorou o movimento revolucionário constituía um negócio arriscado. Isto acontecia porque não havia estabilidade legal e política. O Estado não protegia os jornais que eram saqueados e invadidos por terem se manifestado contrária ou favoravelmente a algum grupo político. As perseguições políticas acabavam afetando até mesmo os avanços tecnológicos que, de acordo com o autor, não estiveram à altura da demanda por notícias que a sociedade apresentava. “A persistente dependência dos jornais em relação às prensas manuais de madeira para a sua impressão foi uma das razões de a Revolução nunca ter tido uma efetiva imprensa de massas”, (1996, 206), diz Popkin, para quem o número de jornais políticos de sucesso da época não passava de 30.

Intrigante, no entanto, foi o rumo que os principais jornais franceses tomaram em relação à chamada imprensa oficial. Ao invés de se distanciarem, na busca por maior independência para exercer o papel que a conjuntura política lhes indicava: a de defensores dos direitos do cidadão e de fiscalizadores dos atos do governo, vários desses periódicos decidiram se unir aos impressores oficiais, ou até mesmo imbuíram-se da função. Assim se refere Popkin ao caso do jornal *Gazette Nationale*, que era o único jornal de tamanho maior de Paris em formato in-folio. Vejamos sua descrição:

Não trazia anúncios, logo abandonou sua promessa original de imprimir controvérsias políticas ao estilo inglês, e acabou aos poucos se tornando

o diário semi-oficial da Revolução, dedicando a maior parte das suas colunas à transcrição dos debates da Assembléia que eram publicados muitos dias depois dos jornais menores que já tinham noticiado o essencial das sessões (POPKIN, 1996, 208).

Além do *Gazette*, outro diário chama a atenção de Popkin, o *Le Père Duchesne*, jornal muito popular entre os parisienses, pois defendia a causa revolucionária de maneira “pitoresca” e com duras críticas ao regime monárquico, mas que durante quase dois anos foi subsidiado e impresso pela Gráfica Nacional. O mais peculiar da situação é que a gráfica utilizou, na impressão do diário, um tipo que havia sido desenhado especialmente para composição de textos reais, a famosa fonte “Royal Roman”.

Popkin diz, no entanto, que se os periódicos ainda tinham que manter as tradições tipográficas e alguma dependência financeira das instâncias superiores do Estado, principalmente para os serviços de impressão, por outro lado foram obrigados a inovar na seleção de notícias e em suas edições. Utilizaram então como diretriz para a tarefa a maneira como haviam sido noticiados os trabalhos da Assembléia Nacional. “Eles tinham como referência as tradições de cobertura de notícias parlamentares estabelecidas pela imprensa inglesa e pelas bem conhecidas gazetas internacionais em francês como *Courrier de l’Europe*”. (POPKIN, 1996, 214).

Assim, se em relação à forma as mudanças no jornalismo não foram tão profundas, quanto à maneira de tratar o conteúdo, os jornalistas tiveram que ser criativos. Segundo Popkin, uma boa maneira de se conhecer as feições jornalísticas da época da Revolução é observar os textos dos jornais que relatavam as sessões da Assembléia, pois vários métodos e estilos foram desenvolvidos nessa época especificamente para as coberturas do Legislativo. Alguns jornalistas, em suas matérias, chegaram a copiar o estilo de retórica empregado nos discursos e panfletos políticos como forma de atrair a atenção dos leitores. Inclusive, diz Popkin, o modo de cobrir as novas instituições legislativas passou a ser um “problema crucial” para a imprensa da época.

Junto com a própria imprensa, as assembleias eram o foco de convergência do embate dos discursos políticos no centro da política

revolucionária, e a questão de como as palavras aí ditas seriam comunicadas a toda a nação era decisiva não só pra a imprensa como para toda a experiência revolucionária. (POPKIN, 1996, 214)

O assunto era tão premente, que certos jornais, em especial os fundados simultaneamente à data da Revolução, chegaram a se dedicar exclusivamente à publicação das sessões públicas dos estados gerais, como era o caso do *Point du Jour*, editado pelo jacobino Bertrand Barère. Seu estilo, porém, era monótono e repetitivo, o que provocou, em pouco tempo, o desinteresse dos leitores.

A bem da verdade, explica Popkin, foram dois os principais gêneros empregados na redação dos textos jornalísticos que reportavam as sessões legislativas. “Num dos extremos ficavam os jornais que se abstinham de qualquer papel próprio e independente e sustentavam ser não mais que a transcrição passiva das palavras dos políticos”. Popkin informa que, outros, por sua vez, “interpretavam de acordo com sua própria opinião ou com a do partido que favoreciam o que ali (na Assembléia) é dito”. Este segundo comportamento, registra o autor, chegou a ser abertamente criticado na época pelos concorrentes que consideravam que tal opção “deixava os leitores preguiçosos, incapazes de pensar e refletir” (1996, 214-215).

No primeiro rol se encaixavam o *Journal dès Etats-Généraux* e depois o *Journal Logographique*, que por estranho que pareça para os dias atuais, mesmo abdicando de qualquer interpretação ou análise das notícias legislativas, conseguiam ter alguma relevância na capital francesa. De acordo com Popkin, o método de ambos podia ser considerado como um primitivo sistema de estenografia.

A filosofia de Lehodey de Saultchevreuil (dono dos dois diários), escrupulosamente posta em prática em seu jornal era transcrever literalmente, com a mais absoluta fidelidade, tudo o que foi dito na assembléia de representantes. Nada, absolutamente nada, seria omitido (POPKIN, 1996, 214).

Presumivelmente, diz Popkin, a intenção de Lehodey ao adotar esse formato em seus jornais era permitir que o cidadão, especialmente o habitante das regiões mais afastadas da capital, ao ler as notícias sobre o Legislativo, tivesse a sensação de estar virtualmente presente às sessões. Aqui convém salientar que, quase

duzentos anos depois, o interesse em fazer a transcrição mais fidedigna possível das ações do Parlamento – dentro desse espírito de fazer com que o eleitor se sentisse presente ao Plenário - foi um dos principais argumentos utilizados para justificar a criação de um sistema próprio de comunicação nas duas Casas Legislativas do Brasil.

Voltando à cena francesa, o que se percebe, na avaliação de Popkin, é que o *Journal logographique* ao retratar o Parlamento de maneira tão isenta, ainda que respeitasse a realidade do cenário da legislatura, acabava não acrescentando muito ao que os demais jornais faziam. Isso ocorria, julga o autor, porque o jornal replicava, de maneira confusa, os debates, falas dos senadores, e até as manifestações das galerias sem, no entanto, dar nenhum tipo de informação adicional, ocultando algumas vezes os nomes das personagens e a contextualização para o que ali ocorria. Essa, por sinal, a razão assinalada por ele para que os dois periódicos nunca tenham se tornado dominantes da Revolução, ainda que tenham conseguido estabelecer um nicho próprio de leitores. Vejamos sua análise:

Indispensável aos historiadores, o jornal de cobertura não era lá muito eficiente em comunicar à nação francesa a noção de que estava sendo sabiamente conduzida. Ao passar para o outro extremo da lacônica imprensa oficial do Antigo Regime, a qual não dava a menor informação sobre o processo governamental da tomada de decisão, o *Journal logographique* sublinhava a transformação que a Revolução forjara na política francesa, mas ao preço de tornar esse processo quase tão ininteligível quanto fora antes de 1789 (POPKIN, 1996, 215).

Outros jornais, que também se propunham a resumir os debates e a noticiar as decisões da Assembléia, mas que acrescentavam a isso algum trabalho de edição, contavam com mais leitores. Entretanto, adverte Popkin, esse não era um grande diferencial, pois, no mais das vezes, a tarefa se resumia a listar as distintas posições acerca de uma matéria, sem, porém, acrescentar dados triviais, como nomes dos oradores, ou explicações sobre os argumentos expressos pelos mesmos. “Essa fórmula transformava a Assembléia numa máquina racional de fazer leis, despida de paixões”, observa o autor (1996, 215).

Como se pode perceber, detivemo-nos até aqui a pensar os periódicos franceses que, a depender dos registros obtidos por estudiosos, carregavam similaridades ao que consideramos hoje publicações de cunho oficial do Estado. Se não o eram formalmente, o que se observa na prática é que, tanto o formato do processo de diagramação e impressão, quanto a linha editorial (distante e sem reflexões críticas) se assemelham ao modelo atual de imprensa oficial, especialmente com relação aos subsídios – pagos pelo governo – e à forma como os assuntos do Legislativo eram levados aos cidadãos. Mas o que nos fala Popkin é que, a exemplo do que também ocorre hoje, existia outro tanto de jornais da esfera privada que tomavam a cobertura parlamentar como um de seus temas, mas se afastavam do estilo dos dois periódicos já citados porque “envolviam tanto uma intervenção mais ativa e visível da parte do jornalista quanto a justaposição de notícias sobre a Assembléia com outras reportagens”, (1996, 216).

Entre esses, um semanário curioso, o *Feuille Villageoise*, dirigido ao público rural que dedicava especial atenção às explicações sobre o significado das votações e das discussões no Plenário. Para Popkin, esse cuidado se devia ao fato de que os jornalistas acreditavam ser difícil para um cidadão médio entender a “confusão” que era a Assembléia. Todo esse didatismo estava atrelado, ao que parece, à intenção desses jornais em transmitir ao leitor uma abordagem mais analítica das questões centrais em debate no Legislativo, muitas vezes interpretando para a população mais simples o sentido das forças que se enfrentavam na tribuna: o passado aristocrata ou o futuro libertário dos patriotas.

Já para um público mais letrado existiam publicações que assumiam a divulgação da Assembléia “a partir de um ponto de vista totalmente engajado”, no dizer de Popkin. O melhor representante desse padrão poderia ser Jacques-Pierre Brissot de Warville, que escrevia o *Patriota Francês*, e tinha como característica o fato de talhar textos dirigidos não apenas ao público em geral, mas também aos próprios parlamentares, a ponto de influenciá-los com suas críticas. Também era comum que os parlamentares reclamassem, a exemplo do que acontece atualmente, das posições manifestadas por alguns jornais da época, acusando-os de distorcer os discursos com finalidades partidárias, geralmente de defesa da

monarquia. E isso não deixava de corresponder à realidade, admite Popkin, pois alguns jornais ainda mais radicais, como o *Ami du Peuple de Marat*, faziam questão de condenar abertamente, com termos carregados, os deputados que assumiam posições que considerassem equivocadas. Não havia uma postura de isenção, mas sim de tornar passional a cobertura, “expondo e desmascarando as intenções traiçoeiras dos deputados e mobilizando o povo contra eles” (1996, 221).

A percepção de Popkin de que esse último tipo de jornal citado tinha um interesse claro em deplorar a importância da legislatura nos remete diretamente aos tempos contemporâneos. É inegável que, independentemente do momento vivido, é usual existirem campanhas pela desmoralização da imagem do Legislativo e mesmo de sua extinção, sob o argumento de que a categoria dos políticos é desnecessária para a sociedade, em um exercício mental comum que consiste em tomar a parte pelo todo.

Na opinião deste autor, ainda que os deputados daquela época, assim como os de hoje, tenham seus próprios instrumentos de publicação de suas decisões para mostrar que existe um trabalho, se não de todos, ao menos de parte deles, em prol dos interesses das nações, não conseguem fazer frente aos ataques da imprensa. Sobre isso concluiu Popkin que, durante o período revolucionário “a imprensa se interpunha entre os cidadãos e seus representantes, oferecendo suas representações alternativas do legislativo como desordenado, dividido por amargas disputas partidárias, conspirando contra o povo, ou simplesmente insano” (1996, 221).

Às vezes, o exagero nas críticas é tão grande que alguns homens públicos começam a questionar o poder da imprensa. Conta Popkin que, durante o período revolucionário francês, um deputado, que também era jornalista – J.B.Louvet – fez a denúncia do que qualificou como “eterno domínio dos escritores sobre os magistrados, os representantes do povo, os principais servidores públicos”. Eis aí, arremata nosso autor, o prenúncio do eterno “paradoxo inerente à liberdade de imprensa num sistema representativo de governo: o povo pode escolher seus

representantes, mas não prefere necessariamente a visão que estes têm de si mesmos, mas as imagens criadas pela imprensa” (1996, 223).

2.3. A imprensa e a formação de uma nova nação

Já na Idade Moderna, vamos perceber que tanto o Legislativo, quanto o Executivo dos novos Estados nacionais utilizaram-se da força da imprensa para exercer autoridade, expandir domínios e influenciar pensamentos. Na Inglaterra, a relação entre a imprensa e o Legislativo é umbilical. A começar pelos *corantos*, que inauguraram sua fase de noticiários domésticos, em torno de 1628, com a publicação das atas do Parlamento pelos copistas de Westminster, passando pelo discurso de Milton no Parlamento, em 1644, defendendo uma imprensa livre, ou ainda, se tomarmos o exemplo dos “diurnais” que eram relatos diários dos acontecimentos locais, cujo principal tema eram os embates entre o rei e o Parlamento. Nessa época, explica Emery, existia uma considerável liberdade de imprensa, que ocorria muito mais porque “nenhum dos lados era bastante forte para impor punições e ambas as facções buscavam o apoio público” (1965, 24).

Curiosamente, diz Emery (1965, 26), enquanto os rigores da censura perdiam força na Inglaterra (entre os anos 1650 e 1700), com a prescrição do decreto que a regulamentava, vigiam ainda, como controle, as leis de traição e dos libelos sediciosos (subversivos ou rebeldes) e as regulamentações contra as publicações das atas do Parlamento. Tal situação, no entanto, perdurou apenas até 1771, quando o Parlamento foi obrigado, “após mais de meio século de lutas e processos contra jornalistas, a autorizar os jornais a informar sobre suas sessões” (ALBERT & TERROU, 1990, 13). O *libel act*, votado em 1792, estabeleceu as condições em que os jornalistas poderiam ser processados.

Também nos primórdios do jornalismo americano pode-se perceber a proximidade da relação entre a imprensa e o poder, em especial, o poder Legislativo. Quando precisava atrair algum tipo de recurso e atenção do governo para seu jornal, o *Pennsylvania Gazette*, Benjamin Franklin, publicou na primeira página e com destaque uma mensagem da câmara, que depois enviou a todos os

membros do parlamento, tendo em seguida se tornado impressor oficial do governo (EMERY, 1965, 73).

Assim como aconteceu com a Revolução Francesa, a guerra da Independência americana utilizou a imprensa como força motriz das diferentes posições. Um dos sinais dessa relação está na forma como surgiram os partidos políticos nos Estados Unidos: como forças que se aglutinavam em torno de interesses comuns, que por sua vez, eram transmitidos por determinados jornais. Dessa forma, os *tories*, representantes do grupo de governo, detinham o poder e lutavam pela manutenção das estruturas colônias. Eram os aristocratas, muitos com elevada qualificação intelectual que utilizavam os jornais e seus editores para transmitir suas posturas. São os *tories* as raízes dos federalistas e depois do atual partido Republicano americano. Por outro lado, o partido de *Whig* ou partido comercial - formado por um grupo de comerciantes que compunha uma incipiente classe média, mas cuja ascensão, riqueza e ideário de libertação despertavam o interesse de outros donos de jornais. Os postulados defendidos pelos *whig*, por sua vez, guardam as bases do atual partido Democrata daquele país.

Nos Estados Unidos, o acirramento das disputas políticas no Parlamento acontecia na mesma proporção em que as mudanças econômicas atingiam todas as nações do mundo de então. Emery atenta para o preconceito não velado, por parte dos aristocratas do leste do país – geralmente detentores de maior refinamento cultural até por causa das heranças européias –, com relação ao morador do oeste, este apontado como um homem rude, sem moral e apenas interessado em obter lucro em seus negócios. Já estes reclamavam da forma como eram tratados os homens comuns do Oeste, que não suportavam mais a exploração econômica da aristocracia e a discriminação que sofriam quanto aos seus direitos de cidadãos. A Guerra de Secessão, e a escravidão, são apontadas como a prova de como as divergências foram capazes de agudizar a situação.

Neste ponto de reflexão sobre a política partidária não podemos deixar de observar o sistema eleitoral, já que é este quem define – independente do período – a feição do Legislativo. Durante o período anterior ao movimento de

independência americana, o direito ao voto era garantido, em todo o mundo, apenas aos homens detentores de terras, ou seja, aos aristocratas. Com as duas revoluções, francesa e americana, uma das condições impostas pelos novos padrões de cidadania obrigava que se estendesse esse direito a todos os homens comuns e brancos, visto que o regime de escravidão somente foi extinto nos Estados Unidos depois do final da Guerra de Secessão, em 1865.

Outro sintoma da estreita relação entre imprensa e o poder político nos primeiros anos do jornalismo na América era a participação simultânea dos grandes nomes do movimento pela Independência dos Estados Unidos nas redações dos jornais, atuando como editores ou jornalistas, como Benjamin Franklin e Isaiah Thomas. E mesmo não estando diretamente vinculados a alguma publicação, os pensadores da nova Nação eram convidados a escrever para os jornais a fim de firmar suas posições sobre as causas legais ou morais que afligiam a sociedade, como era o caso do grande jurista Hamilton.

Para reforçar o cenário interno americano, os rumores de liberdade que emanavam da Europa, com a eclosão da Revolução Francesa, também afetaram a relação da imprensa com o Poder Legislativo. Em abril de 1789, apenas três meses antes da Queda da Bastilha e dois dias depois da instalação da Câmara Federal dos Estados Unidos, os repórteres adquiriram direito ao acesso à Câmara para relato das sessões. O Senado, conta Emery, era um pouco mais secreto, mas também permitiu que ao final de 1795 os jornalistas acompanhassem os trabalhos legislativos, em galerias construídas especialmente para eles. “Na Filadélfia eram reservados aos repórteres quatro assentos no vão da janela e em Washington, depois de certa agitação, conseguiram a autorização para dar notícias dos debates” (EMERY, 1965, 202).

A esse respeito, aliás, Emery explica que, de acordo com a concepção anglo-americana de liberdade de imprensa, um dos testes para medição do grau de avanço de uma sociedade nesse quesito é feito avaliando-se o direito de publicação das ações das autoridades. Assim, naquela época, as reportagens de atos oficiais ganharam relevância a ponto de o jornal *National Intelligencer*, que

era o órgão oficioso do governo, mas servia para publicação de opiniões de todas as correntes políticas de Washington, ter alcançado notoriedade pela objetividade com que divulgava os atos do Congresso (1965, 2002).

Uma informação desse período tem peculiar interesse para este estudo. Alguns repórteres de jornais atuavam ao mesmo tempo como escrivães semi-oficiais do Congresso, alguns inclusive eram peritos em taquigrafia. Isso perdurou até a fundação em 1834, do *Congressional Globe*, depois transformado no *Congressional Record*, diário que publicava as informações do Parlamento, tendo conseguido sucesso financeiro e editorial, “o que prova que um jornal não precisava ser partidário, barulhento ou escandaloso para enfrentar a competição” (EMERY, 1965, 202). Esse talvez tenha sido também o formato primeiro de uma publicação oficial do Legislativo em terras norte-americanas, pois ainda que o jornal tivesse uma gestão privada, era direcionado quase que com exclusividade ao tema do Parlamento, apresentando, ao mesmo tempo, as características que demarcam um jornal: frequência, circulação significativa para a época – atingia o público letrado da capital, Washington, e a publicação de fatos atuais.

O autor repara que um dos sinais da proximidade entre o Legislativo e a imprensa no momento de consolidação da imprensa americana foi o fato de os temas do Congresso terem sido escolhidos como fonte primária das notícias que abasteciam os jornais. A cobertura metódica do Parlamento e também da Casa Branca foi, aliás, o principal motivo para a instalação por parte de alguns jornais, como o *Herald* e o *New York Enquirer*, de correspondentes em Washington. No caso do *Herald* é interessante notar que esse era um jornal que custava apenas um centavo, dirigido às massas, mas que cuidou de promover esse tipo de leitura para seu público. Gordon Bennett era o repórter desses dois jornais e ficou conhecido por produzir reportagens sobre as sessões da Câmara e do Senado intercaladas com casos da vida diária. A prática de manter correspondentes na capital para obter notícias frescas sobre as ações do Estado ficou tão generalizada que em 1850 já existia um grupo sólido de correspondentes de diversos jornais na cidade. É útil notar, pela coincidência que guarda com nosso tempo, a referência feita por Emery sobre esses profissionais: “Os repórteres

parecem ter sido, como no momento em que escrevemos, um grupo selecionado de hábeis jornalistas que gozavam da intimidade de importantes figuras políticas da nação e de especial prestígio entre os seus pares” (1965, 267).

Emery cita nomes de jornalistas e filósofos que advogavam a causa democrata em textos do jornal *Boston Quarterly*, e que acabaram nomeados para o serviço público, para atuarem como conselheiros e escritores de textos que pudessem ser utilizados pelos representantes políticos no Parlamento. Foram eles Bancroft, Hawthorne, Irving, Brownson e Legett. (1965, 225). Nem sempre, porém, essa relação era positiva para a liberdade jornalística. Uma das porções em que usualmente ocorriam inflexões nessa trajetória era na questão da censura. A lei da sedição que já havia perturbado os primeiros impressores ingleses voltou à cena em 1798, juntamente com a lei do estrangeiro – ambas com claros intuitos de punir aqueles que “exageravam” na oposição ao governo. Mas as penalidades também poderiam acontecer, de acordo com a legislação, para os editores e jornalistas que falassem mal do Congresso (Emery, 1965, 178). Aqueles que se opunham ao federalismo foram multados, presos, deportados, e até mesmo cenas de agressão física entre parlamentares e jornalistas aconteceram no Congresso no ano de 1798⁹.

Em contrapartida, e numa demonstração do movimento de altos e baixos na relação da imprensa com o Parlamento, decide o Congresso americano, em 1814, certamente convencido da influência do jornalismo sobre a opinião pública, e interessado na divulgação de seus trabalhos, emitir uma lei que tornava obrigatório que todas as leis federais aprovadas fossem publicadas em dois e depois em três jornais de cada estado e território. “Era um meio prático de levar os eleitores a saber o que seus representantes estavam fazendo, e encorajava a fundação de jornais pioneiros nas comunidades que não estavam ainda em condições de sustentar tais aventuras”, diz Emery (1965, 193).

⁹ O livro de Edwin Emery apresenta na página 174 uma curiosa caricatura mostrando o duelo entre Lyon e Griswold no hall do Congresso americano em 1798. O motivo foi a publicação feita por Lyon de uma carta a um editor em que o presidente Adams era acusado de “egoísmo e de ser ridículo e tolo”.

A presença do Parlamento na vida da imprensa pode ser percebida em sinais mais modestos, mas relacionados com o desenvolvimento do jornalismo. Foi o caso do lançamento do telégrafo por Morse, em 25 de maio de 1844, alguns anos depois de seu invento. Segundo descreve Emery (1965, 271), após mandar uma mensagem em código para seu assistente em Baltimore, cuja frase era: “Que fez Deus?”, Morse, que estava em Washington, mandou, na tarde do mesmo dia, a primeira mensagem telegráfica a ser publicada em um jornal, o *Baltimore Patriot*, que noticiava uma decisão do Legislativo. Ei-la: “Uma hora – acaba de ser apresentada uma moção na Câmara para ser discutida em plenário a questão do Oregon. Rejeitada: votos a favor, 79; votos contra, 86”.

Outro exemplo aconteceu com a fotografia. Em seus primórdios, com a daguerreotipia, um fotógrafo irlandês pioneiro, Mathew Brady, instalou uma loja de retratos na Broadway em 1842. Quando conseguiu copiar a técnica das placas úmidas que surgia na Escócia, Brady montou esse serviço em Washington e em pouco tempo havia se transformado no fotógrafo semi-oficial do governo. É dele a admirável coleção de 3.500 fotografias da Guerra de Secessão, tiradas pessoalmente nos campos de batalha, para os quais ia protegido pelo serviço secreto governamental. Assim também ocorreu com o fundador do *New York Times*, Henry J. Raymond, que depois se elegeu deputado – como comumente acontece hoje –, tendo sido um dos autores da plataforma do Partido Republicano de 1865 e um político que exerceu destacada influência sobre os rumos políticos de seu país durante vários anos. Segundo Emery, apesar de ter sido o fundador do mais conhecido jornal americano, Raymond entrou para a história americana por ter tido a vida pontuada por batalhas no campo da política. (1965, 310).

Era tanta a sintonia do Estado com as novidades tecnológicas da imprensa na metade do século XIX, que a *Associated Press*, primeira associação de jornais em formato de agência de notícias, teria chegado à condição equivalente à de um órgão de imprensa semi-oficial do governo na época da Guerra da Secessão. Essa condição, inclusive, rendeu-lhe uma situação paradoxal: ao contrário da maioria dos outros veículos de imprensa da época, a AP podia publicar matérias

da guerra sem censuras, e isto ocorria porque seus textos sobre o conflito se atinham aos fatos e não à interpretação dos episódios. (EMERY, 1965, 319).

Vamos aqui fazer uma curta digressão para tentar apreender o panorama da Guerra de Secessão na América, pela vinculação direta da mesma com a relação em foco. De acordo com Emery, é preciso observar que os embates públicos, travados principalmente no Parlamento, sobre a questão da escravatura, não consistiam na única dificuldade entre as forças políticas de então. Outros temas emergiam: a luta das mulheres por direitos iguais, a exigência pelo voto universal e por uma educação pública para todos e ainda, a contínua defesa pela liberdade de expressão, visto que à prática da censura sempre recorriam os governantes insatisfeitos com o que a imprensa divulgava sobre seus atos.

Na avaliação do autor, foram esses movimentos que acabaram provocando o acirramento de posições: de um lado, os aristocratas que insistiam na manutenção de privilégios e em ocultar das massas as ações irregulares do Poder Público; de outro, jornalistas e movimentos sociais intercedendo em prol de mais direitos individuais, pelo fim da escravidão, e pela democratização das informações públicas. Aliadas a tudo isso, estavam a mecanização progressiva e a chegada do telégrafo, da máquina de escrever, das novas técnicas de redação, em que se buscava privilegiar a objetividade e a rapidez da notícia, tornando inevitável uma alteração profunda no comportamento e na quantidade de jornais. Claro está que o relacionamento desses novos veículos de comunicação com o poder instituído não mais poderia ser como dantes. Surge a imprensa moderna.

Antes de passarmos à análise da comunicação no Brasil, convém que se faça uma pausa para aproximar o olhar sobre um diferente elemento desse novo cenário que se desenha, a notícia, tomando-a como ingrediente fundamental da sociedade complexa que começa a se formar no século XIX e que ganha força na medida em que surgem e se multiplicam os meios de comunicação de massa. Para isso, é relevante que se considere o pensamento de Robert Park sobre o assunto. O título de seu artigo “A notícia como forma de conhecimento” indica a proposta desse autor para o tratamento analítico que o produto notícia deve ter.

Em perspicaz percepção, Park afirma ser a notícia uma das formas de conhecimento que o homem utiliza para se apoderar do mundo à sua volta. O conhecimento “de algo” propiciado pela notícia, observa, porém, o sociólogo, não tem semelhança com conhecimento formal praticado pela ciência, mas sim com aquele que se liga aos acontecimentos do “presente especioso” e que possa, por sua vez, suscitar o interesse das pessoas. Parece-se assim a notícia com a História, diferindo-se desta, no entanto, por não se preocupar em relacionar os fatos narrados ao passado ou ao presente. Nesse vislumbre, o autor capturou outras das características que irão demarcar a sociedade complexa: o caráter de efemeridade e de atualidade que os produtos de consumo, entre eles a notícia, acabam adquirindo. “A notícia só é notícia até o momento em que chega às pessoas para as quais tem ‘interesse noticioso’. Publicada e reconhecida a sua significação, o que era notícia se transforma em História” (PARK, 1972, 175). É, pois, de posse dessa visão que os fatos posteriormente descritos devem ser tomados, a de que o meio e a notícia passam a ter, na contemporaneidade, o poder de inserir o homem em sua realidade e até de conformá-la.

3. A imprensa e o Senado do Brasil

Paradoxalmente, enquanto a Europa se agitava em lutas internas pelas liberdades, entre elas a de expressão, as emergentes nações daquele continente intensificavam seus processos de dominação dos territórios coloniais descobertos nas explorações marítimas. Compreender esta questão possibilitará nossa incursão ao cenário do Brasil do final do século XVIII, não apenas porque era o país uma dessas colônias, mas porque entendendo o panorama mundial é possível deduzir parte significativa da realidade brasileira de então, em especial no que tange ao surgimento da imprensa nacional.

Para tanto, e ainda que existam outras relevantes obras sobre o tema, nos serviremos aqui de dois estudos que, a nosso ver, aglutinam as informações mais adequadas para a presente análise: o detalhado “História da imprensa no Brasil”,

de Nelson Werneck Sodré; e “História social da imprensa”, de José Marques de Melo. A intenção é mostrar que, a exemplo do que acontecia na Europa e nos Estados Unidos, também no Brasil se dava um consortismo entre as novas tecnologias de comunicação, o poder estatal e o nascimento da imprensa.

Para trazer luz aos sinais indicativos dessa interação, iniciemos pelo dado destacado por Marques de Melo (2003), segundo o qual se pode afirmar que o dilatado atraso entre o começo da ocupação territorial do Brasil e a instalação da primeira tipografia, de 276 anos, se não pode ser caracterizado como fenômeno típico da América Portuguesa, foi mais marcante nas terras descobertas pelos lusitanos. Um dado que confirma tal percepção é o que mostra que na América Espanhola, o período que separou os dois episódios (a descoberta do território e a chegada da imprensa) foi de 14 anos, e na América Inglesa, esse processo consumiu apenas 18 anos.

Marques de Melo elucida que nas colonizações inglesa e espanhola verificam-se ações que comprovam o interesse daqueles países em marcar seus territórios, e mais que isso, em fixar suas culturas nas colônias dominadas. Ele explica que a ocupação feita pelos ingleses na América e pelos espanhóis no Peru e no México, por exemplo, previam a reprodução da vida da Europa, inclusive com o funcionamento de instituições e estruturas que pudessem sustentar os novos Estados nacionais que se iniciavam. Assim, a impressão tipográfica e a imprensa tornaram-se uma necessidade para mover “uma engrenagem burocrática” que se ia montando nas colônias.

Já o autor inglês Laurence Hallewell, que elaborou sua tese de doutoramento sobre a história do livro no Brasil, faz uma interessante observação, ao sustentar que o processo de instalação da impressão nas colônias inglesas e espanholas não foi homogêneo em todos os territórios descobertos. Ele destaca que realmente a “introdução da impressão na Cidade México e em Lima ocorreu poucos anos após a conquista espanhola, mas, por muito tempo, essa arte foi negada a todas as demais possessões espanholas”, e que também “os colonos ingleses da Nova Inglaterra conseguiram seu próprio prelo logo após sua chegada

ao Novo Mundo, mas durante muitos anos essa autorização foi negada às demais colônias inglesas” (HALLEWELL, 2005, 78).

Esse pesquisador defende, assim como outros (como por exemplo, Werneck Sodré, 1999, 11), que México e Peru deviam possuir um nível cultural mais desenvolvido, motivo pelo qual ele descreve que a introdução mais cedo da impressão nesses locais se deu “apenas onde havia uma cultura autóctone altamente desenvolvida que o poder colonial queria suplantar” (2005, 82). Suas conclusões para o atraso do advento da impressão em outras colônias, como no Brasil, se assemelham às teses de Marques de Melo e Werneck Sodré sobre o assunto. Quanto ao atraso cultural, ele levantou que em 1700 o total da população do país não ultrapassava trezentas mil pessoas, com grande número de escravos, mulheres e crianças, que eram naturalmente analfabetos. Já sobre a desorganização administrativa do Estado nas novas terras, diz ele:

Nesse primeiro século e meio de colônia, a administração do Brasil era tão rudimentar e a população tão pequena e espalhada por uma área tão vasta que a indústria da impressão não era administrativamente necessária nem economicamente possível (HALLEWELL, 2005, 80).

Marques de Melo alinhava vários motivos para a demora, como a já citada censura prévia da Igreja às publicações, o grande número de analfabetos – na verdade a quase totalidade da população –, e o desinteresse da Coroa Portuguesa em fincar raízes nas novas terras. Esse último, aliás, tem particular importância para nossa pesquisa, pois, na opinião de Marques de Melo, essa indiferença refletiu-se na ausência do efetivo funcionamento de uma administração colonial, “circunstância que, isoladamente, já pode esclarecer a ausência de tipografias naquele período” (2003, 71).

Na medida em que essas atividades vão assumindo proporções crescentes, evidentemente o movimento dos papéis torna-se complexo, exigindo soluções mais racionais para a reprodução de formulários, leis e demais expedientes burocrático-mercantis. A imprensa constituiu, quase sempre, a solução para esses problemas (Marques de MELO, 2003, 73).

Do Brasil, ao contrário, almejava-se apenas a extração de produtos básicos que pudessem agregar riqueza ao trono português. E tal se dava. Como o comércio ainda era uma atividade muito incipiente, o nível cultural baixo – já que não existiam universidades no Brasil colônia –, e a organização governamental

também muito fraca, não temos os fatores já listados como provocadores do surgimento da imprensa.

Tanto Marques de Melo como Werneck Sodré defendem que esses elementos afloraram no Brasil junto com os movimentos emancipacionistas que grassavam pelos países da Europa e nos Estados Unidos. É preciso lembrar que Portugal dependia da proteção e do comércio que fazia com a Inglaterra, portanto, tudo que afetava este país afetava diretamente Portugal. Por isso, o fim da censura prévia na Inglaterra, que como já foi demonstrado propiciou o nascimento do jornalismo moderno, estendeu-se pelas terras lusitanas e chegou ao Brasil, forçando a instalação das tipografias oficiais e dos primeiros jornais. A bem da verdade, Sodré identifica outras condições sociais no Brasil Colônia que contribuíram para o retardo da instalação da imprensa, como o escravismo e a forte dominação da Igreja nos assuntos do Estado. Segundo ele, esse quadro somado ao atraso econômico e ao interesse do Reino de Portugal em manter a dominação da colônia pela ignorância não permitiu a chegada da imprensa, ainda que em todo o mundo se experimentassem as vantagens das novas tecnologias.

Apesar de, em seus achados, Sodré apontar tentativas anteriores, como a do antigo impressor de Lisboa, Antônio Isidoro da Fonseca (que trouxe uma máquina tipográfica para o Rio de Janeiro, em 1746, mas somente pôde imprimir uns poucos textos antes de ser proibido pela Coroa) é a chegada da Corte de D. João ao Brasil, em 1808, que marca a data oficial do surgimento da imprensa no país. O episódio da vinda da prensa tipográfica nos navios da Família Real, narrado por Sodré, descreve um ato fortuito. Segundo ele, Antônio de Araújo, futuro conde da Barca, na confusão da fuga, mandou colocar no porão do navio Medusa, a prensa (prelos, 28 volumes de material tipográfico e fotográfico).

De qualquer maneira, salienta Marques de Melo, a Coroa Portuguesa, por uma questão de necessidade própria cuidou de instalar várias estruturas que permitissem a vida dos “cortesãos emigrados” na Colônia. Como ele descreve:

Observamos, portanto, que a implantação da imprensa não constituiu uma iniciativa isolada, mas vinculou-se a um complexo de medidas governamentais capazes de proporcionar o apoio infra-estrutural para a normalização das atividades da Coroa Portuguesa, aqui instalada de modo provisório. (1996, 88)

A imprensa, continua Marques de Melo, se prestava a fornecer livros para as escolas superiores que começavam a surgir e também para suprir as necessidades de informação das autoridades do Reino. Por isso, pouco tempo depois de instalada, a imprensa oficial publicou as “Instruções Provisórias para o Regimento da Imprensa Régia”, regulando o que poderia ou não ser impresso naquela tipografia, ao mesmo tempo em que estimulava a publicação de folhinhas, almanaques, papéis comerciais e outras obras populares, a exemplo do que ocorria na França, que buscava levar material informativo à população, desde que o mesmo estivesse sob o controle governamental.

Este é o motivo pelo qual, salienta o autor, surgiu na imprensa oficial o primeiro jornal do país, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, cujo número inicial circulou em 10 de setembro de 1808. Segundo Marques de Melo (2003, 90), inclusive, a iniciativa de lançamento da Gazeta partiu de um grupo de funcionários da Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, quando funcionava como “órgão oficioso” da administração portuguesa com sede no Brasil.

Para Sodré, é preciso observar que, como naquela época o único poder era o do imperador, a imprensa oficial representava esse poder e tudo que produzia apresentava, invariavelmente, tal característica. Segundo seus apontamentos, a Gazeta era um jornal monótono que divulgava notícias sobre a família real e a Corte e ignorava movimentos populares ou críticos ao *status quo*, denotando o distanciamento que existia entre o jornal oficial e o público.

Outro jornal que circulava pelo país na mesma época era o *Correio Brasiliense*, cuja primeira edição foi lançada três meses antes da Gazeta, em junho de 1808. Sodré, porém, não o considera o precursor de nossa imprensa, entre outros motivos, por não ter sido o mesmo produzido ou impresso aqui, mas sim em Londres, onde Hipólito da Costa residia. Havia ainda as questões da periodicidade mensal, do tamanho, de mais de cem páginas e, principalmente, o aspecto doutrinário de seus textos, como características a tirarem-lhe o título de primeiro jornal brasileiro.

Considerar a Gazeta como marco de nosso jornalismo guarda ainda coerência com os propósitos deste estudo e com o cenário de desenvolvimento da imprensa nas colônias do Continente americano daquela época. O nexos reside exatamente no fato de que quase todas as iniciativas de imprensa nessas colônias partiram do Estado. Apenas a título de curiosidade, os países que não se encaixaram nessa classificação foram: Panamá, Chile e Equador. Sobre a tese geral, vejamos textualmente o que percebe Marques de Melo, citando estudo de Adolfo Otero sobre o tema:

Predominantemente, as iniciativas de criação de jornais decorreram de atos das autoridades governamentais, seja para divulgar os fatos de interesse da Coroa, seja para defendê-los das rebeliões emancipacionistas, em marcha...Observamos, que dos 19 países hispano-americanos, 16 tiveram os seus primeiros órgãos jornalísticos graças a iniciativas governamentais, seja no período colonial, seja no período independente (2003, 82-3).

O Brasil não destoava, portanto, daquela prática. Essa fase, que Sodré denomina de fase da imprensa áulica (relativa à Corte), e que tanto ele quanto Marques de Melo consideram que se refere mais a uma proto-história da imprensa brasileira, deixou gravada e influenciou as rotinas dali em diante do jornalismo brasileiro. Antes de detalharmos essas práticas, no entanto, faremos uma observação ainda relacionada com a questão das autoridades públicas se anteciparem nas ações da imprensa, visto que esse pode ser visto como o uso mais revolucionário do invento de Gutenberg.

Trata-se da observação feita por McLuhan quando analisa a criação do telégrafo em 1844 por Samuel Morse, que recebeu 30 mil dólares do Congresso para jogar a invenção no mercado. O autor diz assim:

Como sempre, a empresa particular aguardou que a burocracia administrativa esclarecesse a visão e os objetivos da nova operação. Quando esta se mostrou lucrativa, a fúria da promoção e da iniciativa privada se tornou impressionante, a ponto de provocar episódios selvagens. (MCLUHAN, 2003, 280).

Nesse mesmo episódio, McLuhan reafirma sua mais emblemática linha de pensamento, que aqui encontra total congruência com o raciocínio de Sodré, de que “toda inovação não apenas provoca rupturas comerciais, mas também corrosões sociais e psicológicas” (2003, 281). Assim é que Sodré entende o atraso

da imprensa no Brasil na época da dominação portuguesa como um sintoma natural para o estágio de desenvolvimento social, econômico e cultural do país: não havia liberdade de pensamento; não havia burguesia e tampouco capitalismo emergente.

Voltemos então à nossa imprensa áulica, já que a mesma delimita, na visão de Sodré, o começo das mudanças estruturais acima abordadas. Para ele, a Gazeta não surgiu de forma gratuita, mas de uma necessidade que os poderes absolutistas tinham naquele momento de divulgar suas vantagens frente ao avanço dos movimentos libertários que já haviam dominado o cenário europeu e norte-americano. O periódico, dessa maneira, cumpria os desejos de autopreservação do Império, já que era cada vez maior o número de impressos ilegais que desembarcavam no país.

Também por isso, a Gazeta não foi o único jornal custeado pela Corte. Em sua busca por uma imagem positiva, o governo português estimulou e financiou a publicação de *A idade de ouro do Brasil* e *O Investigador Português*, entre outros. Todos de defesa dos ditames imperiais. Surgiu dali, certamente, costumes que influenciaram o comportamento da classe política e da imprensa nacional. Sodré conta que, por ordem dos nobres portugueses que dirigiam *O Investigador Português*, este deveria ser “um meio do qual pudesse o governo e seus ministros rebater os sofismas do outros e exercer uma saudável influência sobre a opinião da nação”. Mais que isso, a ordem era para que se criasse um regulamento capaz de enquadrar os editores que se opusessem à diretriz principal.

Fortalecia-se no país, não apenas a censura – que já demonstrara sua força pelas mãos da Igreja e do governo na opressão às idéias e manifestações de liberdade e independência –, mas também a intromissão dos poderes instituídos (estatais ou privados) na linha editorial pelos jornais. Outra prática condenável, que segundo Sodré, desonra a classe jornalística, mas subsiste até hoje, também nasceu ali, e refere-se ao comportamento do jornalista que fabrica e vende textos para servir a um ou outro patrão e não ao interesse público. Uma terceira característica da imprensa áulica, que também foi incorporada pelos

jornais modernos era, como anteriormente dito, a repercussão da vida social e de frivolidades sobre as pessoas que integravam a Corte. Esse deve ter sido o germe das colunas sociais.

Sodré credita o atraso da imprensa no Brasil à demora da implantação do capitalismo nas *terras brasílicas*, o que resume a causa do retardo à questão econômica. Já Marques de Melo atribui a lentidão a problemas de ordem social e cultural. Ambos, porém, concordam com a importância dos movimentos emancipacionistas para a dinamização das atividades da imprensa no Brasil. A começar pela Revolução do Porto, em 1820, que extinguiu a censura prévia e propiciou a instalação de tipografias e jornais em várias províncias brasileiras, até chegarmos à luta pela Independência do país, declarada em 1822.

“Mas o verdadeiro desenvolvimento da imprensa na América só se configurou, com todas as suas potencialidades, depois que cada país adquiriu sua independência política e surgiram condições para incrementar a educação, a urbanização e a industrialização” (2003, 84), defende Marques de Melo, listando o surgimento e incremento das empresas editoriais e de comunicação que passaram a dominar o quadro cultural do século que ia surgindo.

Quanto ao aspecto da tecnologia, os dois autores tratam transversalmente o tema. Para Marques de Melo, as inovações tecnológicas, entre elas as que permitiam a existência da imprensa, apenas se fizeram sentir nos países que primeiro conseguiram experimentar os ares de independência e de democratização do acesso à educação. Sodré, por sua vez, narra a história de nossa imprensa analisando a importância desta em cada etapa da história nacional, apesar de distinguir duas fases bem distintas de produção jornalística: uma artesanal e outra, industrial. A imprensa colonial estaria, obviamente, inserida na primeira fase, que também é a mais longa da trajetória brasileira.

Na etapa artesanal, sustenta Sodré, as exigências técnicas e materiais para se abrir uma tipografia não eram muito grandes, pois os interessados conseguiam importar uma prensa da Inglaterra ou Portugal, ou mesmo, fabricar os tipos e os prelos. Em 1809, conta o pesquisador, já existia uma fundição de tipos de metal e

a arte da gravura também já eram dominadas pelos artífices que trabalhavam na Impressão Régia. Foram esses técnicos, aliás, que constituíram a mão-de-obra dos primeiros jornais do país. As oficinas se multiplicaram depois disso. Curiosamente, conta Sodré que o primeiro periódico de São Paulo, chamado *O Paulista*, era manuscrito por copistas, visto que não existia nenhum prelo no estado até o ano de 1823, quando o jornal começou a ser publicado.

Algumas colônias da América dominadas pelas nações européias experimentaram avanços de ordem educacional e cultural. Este não foi o caso do Brasil, como já observado por Sodré. Nos primeiros tempos, as motivações da ocupação portuguesa em território brasileiro restringiam-se à exploração de produtos primários e não indicavam nenhuma pretensão de fixação no país. Em um segundo momento, porém, a partir da chegada da família real portuguesa, os membros da Corte pensaram em se abrigar no Brasil até que Portugal tivesse restituída a autonomia perdida na invasão francesa.

Em meio a outros fatores, esse deve ter sido o principal a justificar uma maioria da população analfabeta, mesmo porque o Brasil Colônia era formado por vasta camada de escravos, outro tanto de indígenas e de aventureiros que possuíam pouca condição de se instruir, ainda mais que aqui nenhuma universidade ou órgão de imprensa foi inaugurado durante o colonialismo. De acordo com Sodré, por influência e poderio da Igreja, o livro foi considerado como “instrumento herético”, de maneira que só o possuíam os religiosos e as bibliotecas somente existiam nos mosteiros e alguns colégios, mas não nas casas particulares. Além desses, sabiam ler os filhos dos proprietários de terras que eram mandados para estudar na Europa.

Após a abertura dos portos, porém, descreve Sodré (1999, 39), ao final do primeiro quarto do século XIX, as condições de leitura já estavam bastante alteradas, acompanhando um movimento mundial, em que a defesa da liberdade e o direito à informação eram duas fortes tônicas do pensamento. O livro deixou de ser considerado como “coisa diabólica”, e agora um número expressivo de brasileiros, mais letrados, sentia necessidade de se informar, por livros ou jornais,

em um esforço anticolonialista. Multiplicaram-se os jornais editados e publicados no país e a discussão sobre a liberdade de imprensa, menciona Sodré, surgiu com força no período da Independência e, apesar de ter sido liberada a publicação de tudo (como já era em Portugal), D. Pedro I, nos primeiros dias após a Independência, baixou um decreto obrigando a leitura e liberação prévia dos escritos ainda na tipografia, a fim de evitar qualquer “subversão” da ordem pública. Instalava-se, oficialmente, a censura no país.

É também a partir de então que se pode marcar o início das perseguições à imprensa, e concomitantemente, da luta dos primeiros jornais nacionais pela liberdade de expressão. Sem atermo-nos a pormenores históricos, que possam desviar o objeto de estudo, vamos nos fixar na instalação da Assembléia Constituinte em junho de 1822 – ainda que a mesma tenha sido fechada pelo próprio Imperador pouco mais de um ano depois - pois que ali nasce o Senado brasileiro. Também é plausível considerar que a proximidade entre o Parlamento e a imprensa iniciou-se nesse período. E um bom exemplar foi o episódio de instalação da Constituinte, cuja idéia matriz foi dada pelo jornalista português João Soares Lisboa, que não somente defendeu a Independência, como a realização de eleições diretas para a Câmara (o que não ocorreu), e engendrou uma representação com cinco mil assinaturas de pessoas que apoiavam a instalação de uma Constituinte.

O Senado e a Câmara, sob a denominação de Assembléia Geral, só passariam a existir de fato a partir de maio de 1826, ano em que também foi lançado o *Diário da Câmara dos Deputados à Assembléia Legislativa do Império do Brasil*, que circulou até 1830 e pode ser considerado o primeiro veículo de comunicação do Legislativo brasileiro. Essa dedução se apóia na descoberta de Sodré, segundo quem, por esses tempos, existia uma preocupação maior, na verdade uma quase obrigação do monarca, em estimular a criação de jornais, pois que os debates por uma imprensa livre estavam mais contundentes.

Outro motivo para que julguemos o *Diário da Câmara* como um veículo de comunicação legislativa, e aí também por inferência lógica, está em que, ao

mesmo tempo em que “permitia” a existência do Parlamento, o Imperador D. Pedro I financiava jornais como o *Diário Fluminense e a Gazeta do Brasil*, para que estes defendessem seus pontos de vista, rebatendo as críticas feitas pelos parlamentares na Assembléia. Ora, precisamos lembrar que essas críticas eram registradas sob a forma de discursos e debates no *Diário da Câmara*, e reproduzidas por outras folhas noticiosas dentro do já citado espírito de imprensa livre, conforme observa Sodré: “Aquela cisão se caracterizaria pelas divergências entre o Imperador e a Câmara, cujos debates a imprensa refletia e acompanhava” (SODRÉ, 1999, 99).

Esse ambiente se torna ainda mais perceptível, menciona Sodré, com o advento de dois fatores: a Constituição outorgada de 1824 – onde constava textualmente o direito à liberdade de expressão –, e a entrada em vigor do período da Regência (após a abdicação de D. Pedro I). Segundo o autor, a imprensa usufruiu um de seus períodos mais ricos no campo da crítica política e em número de periódicos, ainda que não houvesse significativa alteração na produção, distribuição e circulação dos jornais.

E foram os pasquins que melhor incorporaram esse traço, pois marcaram época pela coragem e até irreverência com que seus editores manejavam as notícias sobre o cenário político. Essas publicações apresentavam um tamanho padrão, formato in-4, vendidas por assinaturas e nas tipografias ou livrarias indicadas, mas não nas ruas. Na percepção de Sodré, os pasquins conseguiram reportar para a posteridade o clima exato daqueles anos no Brasil: críticas acirradas da imprensa ao comportamento das autoridades públicas, em especial contra os parlamentares e membros da Corte, por meio de colocações jocosas ou irônicas, cujo modelo mais emblemático são as caricaturas.

Essa não chegava a ser a tendência mundial dos jornais daquele momento, mas outra característica dos pasquins coincidia com o restante dos periódicos: a forma artesanal como eram produzidos. Segundo Sodré, igual acontecia na imprensa norte-americana e na Europa, os pasquins brasileiros eram “jornais de um assunto só, feito de fio a pavio, por uma só pessoa; escrito por um só jornalista

ou panfletário, quando não confundindo na mesma pessoa, o impressor e o redator”. (1999, 159).

Tecnicamente, desde a chegada de D. João ao Brasil, poucas mudanças se fizeram sentir. As prensas e tipografias aumentaram em quantidade, mas até o fim da primeira metade do século XIX, as máquinas de impressão utilizadas ainda eram muito parecidas com a invenção de Gutenberg, com tipos móveis e base em madeira. Os esquemas de distribuição e de circulação também eram modestos, em coerência com o número de leitores. As técnicas de gravura e a periodicidade diária, ao lado do forte amadurecimento político das páginas impressas, compõem o conjunto de novidades.

3.1. Os escritores jornalistas

Uma etapa da imprensa brasileira da época imperial apresenta singular apelo para este texto. Trata-se da conjugação entre imprensa e literatura, cujo processo se iniciou concomitantemente ao declínio do jornalismo de teor crítico e político. Tal aconteceu, atenta Sodré, por haver se instalado no país, durante o reinado de D. Pedro II, um clima de repressão à liberdade de imprensa. Em compensação, se não podiam aplicar a criatividade e a ousadia dos tempos regenciais, os diários brasileiros permitiram que a literatura conhecesse a obra de grandes escritores, como Machado de Assis e José de Alencar.

Eles escreviam contos, folhetins e artigos sobre a conjuntura nacional. Machado de Assis conjugou aspectos que despertam um valor específico para esse trabalho. Muito novo ainda, aos dezesseis anos, começou a escrever para a *Marmota*, e ainda adolescente foi contratado como aprendiz de tipógrafo na Imprensa Nacional. Este detalhe chama a atenção, pois além de trabalhar como escritor-jornalista, Machado de Assis foi funcionário público exatamente no órgão que editava o Diário Oficial, situação que manteve até 1874, quando deixou o *Diário do Rio de Janeiro*.

E foi no *Diário do Rio* que recebeu o convite, em 1861, de Quintino Bocaiúva (que fora senador), para integrar o corpo editorial do jornal. Ficaria

responsável pelas reportagens *in loco* dos debates e votações do Senado. Produziu várias matérias que mais se assemelhavam a crônicas e narrativas que depois foram publicadas sob o título “O velho Senado”. De suas próprias linhas sobre as resenhas que passou a fazer:

Assim dizendo que, no mesmo ano, abertas as Câmaras, fui para o Senado, como redator do Diário do Rio, não posso esquecer que nesse ano e no outro ali estiveram comigo, Bernardo Guimarães, representante do Jornal do Comércio, e Pedro Luís, por parte do Correio Mercantil, nem as boas horas que vivemos os três. (1989, 56).

Além desses três jornais, Sodré cita o Correio Paulistano que desde 1855 publicava textos de cunho oficial, tanto do governo Imperial quanto dos debates da Assembléia. Para o escritor, as notícias desse jornal eram tão partidárias e suas páginas tão bem impressas que é possível concluir-se que vivia às expensas do Poder Público. A repressão à liberdade de expressão era tanta também que, segundo Sodré, restava aos jornais realmente investir nos artigos literários. De qualquer maneira, a situação profissional de Machado de Assis demonstra como eram mescladas as atividades de um jornalista daquela época: faziam literatura, trabalhavam para jornais privados e escreviam matérias oficiosas, situação que irá se repetir por quase toda a história da relação imprensa – Legislativo de nosso país, ainda que nos anos seguintes a liberdade política e de imprensa tenha se alterado.

Alguns trechos das anotações machadianas sobre o Senado guardam um romantismo que parece estar longe dos dias atuais, mas outras remetem diretamente ao que se verifica como realidade atual, daí porque merecem espaço nestas anotações. Vejamos:

Ele defendeu o rigor nas transcrições e registros dos discursos parlamentares, argumentando que com o hábito da substituição ou omissão de palavras ou frases inteiras – ainda hoje praticado no Parlamento, especialmente quando um parlamentar utiliza linguajar rude ou palavras de baixo calão para se referir a algum colega – o eleitor não poderia entender o contexto dos debates ou acompanhar o comportamento do político de sua região.

Já reparei que alguns membros do parlamento costumam várias vezes suprimir os discursos nos jornais e nos anais, substituindo-os por estas palavras: O Sr. F. fez algumas observações. Qualquer que seja a insignificância das observações e a modéstia dos referidos membros do parlamento, como o parlamento não é uma academia onde se vão recitar períodos arredondados e sonantes, o país tem o direito de saber de tudo o que aí se diz, mesmo as observações insignificantes. Porquanto, o fato da publicação dos discursos por extenso ou em resumo não tem por objeto mostrar que tal ou tal representante fala com elegância e propriedade, mas sim dar à nação o conhecimento da opinião que o dito representante manifestou e o modo por que a manifestou. (MACHADO DE ASSIS, 1989, 125).

Outro trecho sobre a mesma situação também vale a transcrição:

O sentimento de contrição do ilustre senador já se havia revelado antes, por meio de uma correçãozinha feita no discurso que se publicou segunda-feira passada. É o que há de ficar impresso. Este meio de corrigir – alterando ou suprimindo – é muito do uso de alguns oradores. Será útil que a civilização acabe com esse uso de andar de jaqueta diante dos contemporâneos e aparecer de casaca à posteridade. (MACHADO DE ASSIS, 1989, 104).

De outra feita, o acadêmico destacou aquela que passou a ser citada como a principal característica de todos os senados da História: o clima de temperança e de reflexão, em contrapartida às agitações da Câmara.

Nenhum tumulto nas sessões. A atenção era grande e constante. Geralmente, as galerias não eram mui freqüentadas, e, para o fim da hora, poucos espectadores ficavam, alguns dormiam. Naturalmente, a discussão do voto de graças e outras chamavam mais gente. O Senado contava raras sessões ardentes. (MACHADO DE ASSIS, 1989, 58).

Também atentou para aspectos que ainda hoje sobrevivem: a não permissão de manifestação das galerias, e ainda os longos discursos – que podiam durar horas –, as manobras processuais como a obstrução, quando não se queria que uma proposição fosse votada, eventuais brigas entre os senadores que estavam na tribuna e a audiência e, as galerias lotadas quando algum senador mais influente ia discursar.

Ao mesmo tempo, Machado de Assis registrou fatos que mostram um Senado que, apesar de vitalício, sonolento, e na maioria das vezes, solidário ao poder imperial, conseguia influir nos rumos do país, pois seus membros eram também ministros de Estado e homens de maior cultura, como o Barão do Rio Branco. Não se pode olvidar que o Brasil daquela época – a segunda metade do século XIX – era um país com 70% da população analfabeta.

A vitaliciedade, aliás, é narrada como uma característica a carrear boas e más coisas para o Senado. Conforme atentou o jornalista Carlos Castello Branco, Machado de Assis narrava o Senado da mesma maneira como narrava os demais eventos da vida comum, “com tendência ao ceticismo e a uma concepção pessimista da natureza humana”. Tanto é assim, que se não fosse pelas crônicas daquele escritor, talvez nunca se pudesse saber que naqueles tempos vários senadores utilizavam suas próprias carruagens e que os “senadores compareciam regularmente ao trabalho”, sendo raro não haver sessão por falta de quorum (MACHADO DE ASSIS, 1989, 57), situação que depois se inverteu nos tempos do Brasil República.

Não obstante Machado de Assis seja emblemático para esta análise, outros nomes do Brasil Império tiveram repercussão no estreitamento das relações entre o jornalismo e o parlamento, situação que nunca mais deixou de vigorar. Um deles, já citado, foi Quintino Bocaiúva, que para Sodré, “foi a figura mais eminente da imprensa brasileira de sua época” (1999, 252), tendo sido tipógrafo, revisor, e fundador ou dirigente de vários e célebres jornais, como O Globo, a República, O Cruzeiro, O País, e na vida pública, senador, governador do Rio de Janeiro, ministro das Relações Exteriores, e grande estimulador do movimento Republicano.

A propósito, dois movimentos, quase paralelos e de intensa relevância para o país, o movimento abolicionista e o movimento republicano, formarão as bases para as principais mudanças na política nacional – leia-se Congresso – na imprensa e nas condições técnicas e culturais do país. Antes de passarmos a esse quadro, porém, é conveniente destrinchar um pouco mais o que foi o Parlamento imperial.

3.2. Existia Senado no Brasil Império?

A partir de minuciosa sondagem elaborada por Beatriz Westin de Cerqueira Leite, é possível desenhar o Parlamento do Império. Segundo essa estudiosa, ao contrário do que o nome dizia o Legislativo daqueles anos (1870-1889) não

poderia ser denominado de Parlamento – nos moldes dos demais parlamentos europeus da época – porque no Brasil não existia autonomia dos poderes. Ela conta que o ideal de Parlamento era tão europeu, que em vários Anais do Senado se encontravam freqüentemente referências à vida parlamentar da velha Europa “como um ideal a ser imitado” (1978, 26).

Ela observa que: “...O regime representativo não tinha condições de realizar-se, nem mesmo razoavelmente; não havia de fato, respeito à representação da maioria, nem tampouco responsabilidade do gabinete perante as câmaras” (1978, 23). E diz mais: “Evidentemente todo esse esquema mostra uma desarmonia dos poderes. O Legislativo não tinha primazia no regime monárquico brasileiro, embora este fosse considerado Parlamentar” (1978, 103). Isso ocorria, explica a pesquisadora, porque o Poder Moderador criado e exercido por D. Pedro II dominava os poderes Legislativo, Executivo – que também era desempenhado pelo Imperador – e Judiciário. Rezava a Constituição de 1824 que o governo no Brasil deveria ser “monárquico, hereditário, constitucional e representativo”, mas segundo Leite, os dois últimos quesitos eram *pro forma*.

O processo eleitoral mereceria um capítulo à parte na questão do controle do Senado pelo Trono. Todo senador era escolhido pelo Imperador a partir de uma lista tríplice preparada pelas províncias, após a realização das eleições, mecanismo que colocava o senador em uma situação de comprometimento com a vontade da Coroa. Mais que isso, as eleições eram manipuladas. Leite informa que os candidatos homens (sim, porque as mulheres não podiam votar ou concorrer), deveriam possuir uma renda mínima. O desvirtuamento do processo se percebe pelo fato de que somente eram escolhidos como candidatos aqueles que os detentores dos poderes nos partidos quisessem. Além disso, o pleito mantinha as feições elitistas, já que de uma população estimada em 14 milhões de brasileiros, apenas 150 mil eram eleitores, cerca de 1%.

Destaquemos algumas passagens das verificações de Leite para entendermos as eleições nacionais daquela época, que inclusive, passaram a ser diretas a partir de 1881. Escreve a autora: “A manipulação dos partidos políticos

sobre os votantes fazia-se diretamente pela força, pela pressão da guarda nacional¹⁰, ou indiretamente por diversas formas de fraude” (1978, 98). Diz também que as manobras eleitorais contavam com outros auxiliares:

Os juizes não desejando perder seus postos, não querendo ser enviados a Províncias longínquas por motivos pessoais, familiares e profissionais faziam o jogo político, fiscalizavam eleições sabidamente fraudulentas e davam parecer favorável às suas aprovações, não se envergonhando de agir segundo interesses político-partidários. (1978, 102).

Ora, se os senadores representavam apenas as elites, eram escolhidos a gosto do Imperador e não da população, percebe-se logo que não possuíam a representatividade que o sistema Parlamentarista prevê. Dois aspectos restam ainda para fecharmos a configuração do Senado do segundo Império. São eles: a participação dos senadores no Executivo, por meio do Conselho de Estado, na forma de ministros e, o instrumento da vitaliciedade. Ambos carregam aspectos positivos e negativos para a imagem e o comportamento do Senado de então.

Iniciemos pela vitaliciedade. Por meio dela, o senador que não possuía a legitimidade de uma eleição idônea, ficava até a morte na função, muitas vezes encerrando apaticamente seus dias em sessões em que pouco interesse manifestava pelos rumos da Nação. Por outro lado, diz Leite, a consciência da eternidade no cargo imprimia autonomia relativa a esses senadores, que muitas vezes conseguiam escapar da influência do governo. Para ela, era o caráter vitalício, muito criticado, mas sempre mantido, que imprimia força ao Senado, pois este “não estava sujeito a freqüentes dissoluções, nem a ser constituído segundo a vontade e a exigência do ministério do poder” (LEITE, 1978, 69).

Quando se compara a situação do Senado com a da Câmara apreende-se com maior facilidade o grau de autonomia relativa que gozava a Câmara Alta. Durante o reinado de D. Pedro II, a Câmara, onde os mandatos eram fixos em quatro anos, poderia ser dissolvida a qualquer momento, por capricho do Imperador ou por decisão do primeiro-ministro, que era chamado de presidente do Conselho, geralmente escolhido entre os senadores.

¹⁰ Leite, à página 98, explica que a Guarda Nacional havia sido criada para a defesa do país, mas passou a ser um instrumento das autoridades locais para reprimir rebeliões, e para a prática da corrupção.

É o Conselho de Ministros do Estado que também particulariza a situação do Senado. Constituído por uma maioria de senadores e alguns deputados, o conselho integrava o poder Executivo, e seus ministros tinham atribuições administrativas. Estes eram escolhidos dentre os senadores, em uma situação não muito distinta da atualidade, quando as composições políticas montadas às vésperas das eleições obrigam o presidente da República a aceitar indicações vindas dos partidos que o apoiaram. Antes de tomar decisões mais relevantes, o Imperador consultava o conselho, ainda que assim o fizesse por mera formalidade.

E por que o imperador escolhia um senador para presidir o conselho? A resposta imediata nos remete ao fato de que era o imperador que indicava – a partir de uma lista tríplice resultante das eleições – o nome do novo senador, que por sua vez, teria seu nome também apreciado por seus pares na Câmara Alta. A pergunta também descortina a necessidade de identificação do perfil dos integrantes da instituição senatorial daquela época.

De acordo com Leite (1978, 64), os senadores eram homens de elevado padrão econômico, muitos fazendeiros e donos de engenhos (33% do total), comumente originários de oligarquias e dos tradicionais clãs das províncias. Na atual legislatura esse número não chega a 15% do total. Possuíam bom nível intelectual, 82% dos 113 senadores (hoje são 81) eram formados, em sua maioria, em Direito, e faziam parte da elite cultural que lia e viajava. Como resultado desse conjunto, diz a autora, o senador era um político conservador e, geralmente, alheio à realidade de seu país. Ao mesmo tempo, diz ela, foram alguns desses senadores que levantaram a discussão de temas que afligiam o país, como a abolição da escravatura ou o fim da Monarquia, talvez até mesmo influenciados pelas notícias que recebiam do estrangeiro. Recebiam os senadores, anualmente, nove contos de réis, o que deveria representar o dobro do salário de um funcionário público graduado. Como parâmetro, podemos utilizar informação da Imprensa Oficial que registra que Machado de Assis recebia, em 1873, na função de primeiro-oficial do Ministério da Agricultura, quatro contos de réis ao ano. Hoje um senador recebe cerca de R\$ 150 mil reais anuais (apenas a título de

vencimentos), enquanto um funcionário de alto cargo de ministério dificilmente alcança a metade disso.

Existiam apenas dois grandes partidos políticos no Senado, o conservador e o liberal, que se revezavam no poder. Segundo Leite, pode-se afirmar que a oposição ao governo agia da mesma forma que o faz na atualidade: não dando quorum para votações de projetos com os quais discordava, pedindo adiamento de projetos, pressionando os ministros quando estes compareciam ao parlamento para explicar seus planos e projetos encaminhados à Casa. (LEITE, 1978, 104).

Ainda de acordo com a pesquisadora, os senadores possuíam liberdade para falar o que lhes conviesse, mesmo que em contrariedade ao que defendia o imperador. Ela contesta a idéia de que o II Império tenha sido opressor. Ao contrário, em sua opinião, “os jornais e periódicos do segundo reinado atestam claramente” que existia liberdade de imprensa, o que se pode comprovar, insiste a autora, pela circulação na Corte do jornal a *República*, com idéias antimonárquicas, apoiado pelos liberais radicais em 1870. Deste ano até 1872, mais de vinte jornais republicanos foram lançados, sustenta ela. (LEITE, 1978, 90/91 e 205).

3.3. Os rudimentos da comunicação do Senado

Percebe-se assim, com a descrição do cenário brasileiro no limiar do século XIX, que já existiam algumas ações no campo da difusão da informação para uma parte da sociedade. Ações essas quase sempre originadas ou vinculadas ao Poder Público, fosse pela relação empregatícia dos profissionais jornalistas, fosse pelo uso da imprensa oficial para os processos de impressão ou ainda pelos subsídios que recebiam os jornais da época do governo. De uma forma ou de outra, o que se tem é um nascedouro ambíguo da imprensa política nacional, não apenas em seu arcabouço estrutural, mas também em sua concepção editorial.

Tal constatação não neutraliza ou sequer abala os dados que demonstram o vicejar de jornais autônomos, comandados por literatos ou homens de mente libertária, fenômeno que afetava não apenas o Brasil, mas todo o mundo de então.

O que se pretende aqui é mostrar como o nascedouro – incipiente – de um sistema de comunicação próprio do Senado esteve fortemente condicionado a um mecanismo em que iniciativas oficiais e privadas se imiscuíam em um país novo, onde as experiências democráticas ensaiavam primeiros e titubeantes passos. Mesmo porque, é preciso lembrar, o país vivia um regime monárquico que agonizava, mas não o suficiente para motivar a defesa uníssona da sociedade por outro distinto. Ou seja, apesar de essa ter sido uma vertente que já devia ser adotada naquela época, não era tão comum a imagem de que apenas a imprensa privada noticiava com rigor e isenção os fatos de interesse público.

Assim, aproximando o olhar sobre a paisagem comunicacional do sistema de informação oficial do Senado em torno do ano de 1880, vamos identificar um rotineiro registro taquigráfico das sessões, publicação no *Diário Oficial*, e, simultaneamente, a divulgação dos mesmos debates e votações senatoriais por jornais outros, em que trabalhavam como redatores, jornalistas, escritores, críticos políticos, funcionários públicos e até mesmo os próprios senadores. Neste aspecto, Leite revela interessante informação de que após 14 anos de publicação do *Diário Oficial*, e percebendo o governo que a tiragem e a circulação deste diário era limitada e não atingia a importância esperada, substituiu-o pela *Gazeta do Rio* (1978, 82), jornal para o qual escrevia Machado de Assis.

A publicação mereceu várias outras denominações e a seqüência dos nomes do *Diário Oficial da União*, captada por Sodré, merecem a citação neste levantamento:

1. Gazeta do Rio de Janeiro (1808 a 1821)
2. Gazeta do Rio (1822)
3. Diário do Governo (duas fases: 1823 a 1824 e 1831 a 1833)
4. Diário Fluminense (1824 a 1831)
5. Correio Oficial (1833 a 1840)

De 1840 a agosto de 1846 não houve jornal oficial

6. Gazeta Oficial do Império do Brasil (1846 a 1848)

7. Diário do Rio de Janeiro (publicação oficial paralela de 1821 a 1878)
8. Diário Oficial (1889)
9. Diário Oficial dos Estados Unidos do Brasil (1889 a 1891)
10. Diário Oficial (1892 até hoje)¹¹

Ora, a decisão de buscar outras publicações, ao menos no que se refere ao nome, é indicativa de que o poder público – Executivo e Legislativo – ressentia-se da falta de um veículo particular e próprio de divulgação de suas atividades e de caráter menos formal. À frente, buscaremos as razões para essa vontade: se necessidade de controle sobre as informações acerca das atitudes senatoriais ou se preocupação em informar corretamente à população sobre as atividades dos eleitos.

Conta a mesma autora, que a falta de clareza era tão grande entre as autoridades e a própria população em relação aos papéis de cada veículo de divulgação, que o Barão do Rio Branco defendeu, em 1877, que os discursos do Senado fossem publicados por um jornal independente, sugerindo o *Jornal do Comércio*. Outros, mais conservadores, sugeriram o *Correio Mercantil*, como segue esclarecendo Leite.

O fato é que o Diário Oficial realmente não correspondia à necessidade de divulgação dos trabalhos legislativos. Essa ineficiência do jornal oficial foi comentada por diversas vezes. Alguns senadores achavam que o Diário Oficial deveria habilitar-se melhor para essas publicações, pois livraria o governo de despesas numa época em que a própria 'Fala do Trono' aconselhava a não fazer gastos que pudessem ser adiados (LEITE, 1978, 82).

A confusão não era sem razão. Como percebeu Sodré, o Diário Oficial daqueles tempos não atendia aos anseios das autoridades, mas isso não acontecia porque o jornal tinha feições de impressor e publicador dos dizeres oficiais, pois que, segundo o autor, existem vestígios de que muitas vezes o

¹¹ A nomenclatura parece ser um diminutivo para a denominação formal "Diário Oficial da União (DOU)", visto que em seu próprio *site* institucional, o DOU continua a se autodenominar de Diário Oficial até o ano de 1960. De todo modo, existem decretos publicados em 1922 no 'Diário Oficial'. Alguns anos depois, em 1937, outros decretos já são exibidos nas publicações grafadas: Diário Oficial da União.

mesmo atuou com funções redacionais e editoriais, como pode ser comprovado por situação em que o Jornal do Brasil, pelos idos de 1891, se coloca contra decisão governamental e o Diário Oficial, por sua vez, registra esse comportamento com a seguinte colocação: “o Jornal do Brasil, na primeira campanha de repercussão desde seu aparecimento, contraria formalmente os interesses da República”. (SODRÉ, 1999, 258).

Segundo a pesquisadora, os discursos, depois de proferidos e registrados pela taquigrafia, transcritos e redigidos por dois redatores que trabalhavam nessa época no Senado, eram revisados pelos senadores, que deveriam devolvê-los para publicação em um prazo de cinco dias. Os trabalhos do Legislativo eram resumidos e publicados no jornal e nos Anais. Alguns debates, como já citado, eram modificados para retirada de termos pejorativos ou de baixo calão, sendo que, muitas vezes, a supressão ou o acréscimo de termos ou frases não correspondia ao interesse do orador e podia demonstrar menos zelo que um tipo de censura prévia por parte dos próprios presidentes da Mesa ou das secretarias de apoio, como a taquigrafia. De qualquer maneira, esclarece a autora, os taquígrafos encarregados das anotações dos discursos trabalhavam para o Diário do Rio, conforme indicam os registros da época.

Antes de passarmos à fase do Brasil República, é útil pincelar os panoramas econômico, social e tecnológico daquele momento. Começamos pela mão-de-obra jornalística ou de redação, que é o termo mais apropriado para aqueles anos. Como já dito, redigiam os textos pessoas com um nível intelectual mais elevado do que a grande maioria da população: eram portugueses bacharéis, professores de línguas, escritores, muitos descendentes de senhores de engenho ricos que puderam educar os filhos na Europa. Outros poucos, também, como José do Patrocínio e Machado de Assis, mestiços, nascidos no Brasil, que haviam superado as diferenças sociais por meio do estudo e de amizades no meio político e literário. Nesse caso específico, o emprego público foi a porta de entrada para o jornalismo, já que Machado de Assis foi contratado como tipógrafo no começo de sua carreira na imprensa oficial.

Os primeiros tipógrafos eram originários de Portugal e ensinaram o ofício àqueles que queriam assumir a função nas oficinas brasileiras. Já os precursores da taquigrafia¹² no Brasil foram os franceses que ensinaram a técnica aos brasileiros e portugueses. No Senado, trabalhavam ainda redatores contratados pelo Diário do Rio ou pelos demais jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo. De qualquer maneira, os jornais e as oficinas tipográficas utilizavam apenas mão-de-obra assalariada, em um Brasil ainda escravocrata. A produção cafeeira, porém, forçava a chegada do braço imigrante e o processo industrial também se acercava, ainda que timidamente, do Brasil, assinala Leite (1978, 200).

Não é de espantar, portanto, que, concomitante à Proclamação da República e ao fim da escravidão, e ainda à aceleração do progresso industrial que atingia o planeta – com a construção de ferrovias e de novas rotas fluviais, a criação de redes bancárias e de correios, a instalação de linhas telegráficas e do emprego da energia a vapor – experimentasse também a imprensa nacional um crescimento de suas condições técnicas e de produção. Sodré considera esse o começo da fase de “imprensa empresarial”, onde está registrado o surgimento da primeira sucursal de uma agência de notícias no país, a Reuter-Havas, instalada no Rio de Janeiro em 1874; e também o envio do primeiro correspondente de guerra – Euclides da Cunha, que acompanhou, a serviço de *O Estado de São Paulo*, a investida do governo contra Canudos –, entre outras transformações relevantes.

É forçoso reconhecer que, mesmo tendo sido a imprensa nacional que impulsionou as mudanças políticas e sociais do período compreendido entre 1800 e 1900, sua relevância ainda pode ser considerada discreta quando comparada com o impacto da imprensa de outros países e as mudanças estruturais por que estes passavam na mesma época, como é o caso dos Estados Unidos. Tal se deve, na opinião já externada por Sodré, à total ausência de ambientes econômico e social que permitissem maior desenvolvimento dessa atividade em terras

¹² Segundo a Diretora da Subsecretaria de Taquigrafia do Senado, Denise Baere, os primeiros taquígrafos foram trazidos para o Brasil pelo Patriarca da Independência, José Bonifácio, por ocasião da Constituinte de 1823 e estes ensinaram aos brasileiros a técnica que depois foi adaptada para o idioma português.

brasileiras. A bem da verdade, um destacado e indiscutível papel estava reservado para a imprensa nacional no século XX. O que é possível discernir, porém, é que as inovações técnicas que o capitalismo e a era industrial carregavam cuidaram de fixar e expandir as raízes da comunicação social no Brasil de então com mais ênfase, talvez, do que as mudanças políticas e sociais que também ocorriam.

Segundo Sodré (1999, 266), em 1895 já se podia visualizar jornais com estruturas empresariais, e os sinais foram: a importação dos prelos Derriey, italianos – que permitiam a impressão de 5000 exemplares por hora; a produção dos primeiros clichês obtidos por zincografia; o emprego de dois novos processos, a estereotipia e a fotogravura; a compra de novas máquinas rotativas, que além de imprimir, contavam e dobravam os exemplares. Apenas a distribuição, que até então era feita a cavalo, por mensageiros específicos que iam para o interior, e em carroças, nas cidades maiores, continuava similar. As edições vespertinas também começaram a surgir e as duas tiragens diárias do *Jornal do Brasil* chegavam a alcançar 50.000 exemplares. É dessa época também o início da publicidade nos jornais.

As rotativas novas permitiram que os velhos equipamentos fossem vendidos a pequenos empresários que se arriscavam no lançamento de periódicos nas cidades do interior. Na imprensa oficial, a situação não era muito diferente. A partir dos dados de Sodré (1999, 281), verifica-se que a Imprensa Régia utilizou prelos de madeira até 1845, quando comprou um prelo mecânico que pudesse ser compatível com impressoras inglesas e francesas recém-adquiridas pelo governo. Depois disso, em 1889, chegaram uma *Active*, de Marinoni e duas *Alauzet*. Em 1902 chegou a primeira rotativa que, somada a outras duas rotativas podiam rodar 15.000 exemplares por hora. Em 1911 chegava ao Brasil o prelo Koenig e dois anos depois o Werk-Augsburg.

Outras mudanças na imprensa também se faziam sentir no limiar do século XX: alguns jornais lançaram edições vespertinas, em uma rotina completamente diferente daquela que dominaria os periódicos de edição do dia seguinte, pois os

jornalistas já estavam nas redações às oito da manhã, e o jornal nas ruas às duas e meia da tarde, vendidos em bancas e das mãos de garotos vendedores, conta Sodré (1999, 272). Nesse outro momento, com o nascimento do proletariado e a afirmação da burguesia, os jornais deixaram de ser aventuras individuais para se constituir em empresas, em negócios. Natural, portanto, que se iniciassem as agitações relacionadas com direitos trabalhistas e de profissionalização dos jornalistas, cuja ação de maior simbolismo dessa fase está na criação da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), pelo repórter Gustavo de Lacerda, em 1908, no Rio de Janeiro. As agitações operárias também estavam ligadas à Revolução Russa, deflagrada em 1917, e ao advento do Comunismo, que em pouco tempo começou a contar com simpatizantes em vários jornais brasileiros e entre estudantes universitários. Como os interesses capitalistas, inclusive dos novos donos de jornais, representavam o oposto do que pregava o Comunismo, os interesses operários, e mesmo o Anarquismo que também pululava entre os imigrantes, inicia-se na segunda década do século XX mais uma fase de perseguições e censura às redações, em especial aos pequenos diários.

Para Sodré, essa é uma etapa complexa e difícil para a imprensa nacional, que volta sua atenção quase total para os fatos políticos, abandonando a influência literária. Complexa porque as inovações técnicas, profissionais, e as necessidades da sociedade por notícias se tornam mais intensas – o número de escolas e de alfabetizados no país se eleva, as linhas telegráficas são ampliadas e a máquina de escrever aporta nas principais redações. Um dos sinais dessas alterações está no aparecimento de alguns dos grandes jornais do país: *O Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, entre outros. Difícil porque a República ainda era uma novidade e os homens públicos estavam aprendendo a organizar as correntes políticas – estas fortemente atreladas às oligarquias da época da Monarquia – não estando, de qualquer maneira, dispostos a receber críticas ou denúncias dos jornais.

Também cumpre anotar que desde a época da Proclamação da República, com o despontar de nomes como os do Marechal Deodoro da Fonseca, e de Floriano Peixoto, e com a eclosão da I Guerra Mundial, que um novo componente

de força política ganha vulto no cenário político: os militares. Estes reivindicavam uma maior participação nas decisões nacionais e tentavam resolver revoltas internas na caserna, em especial aquelas originadas nas baixas patentes excluídas do contexto. Enfim, as novidades no campo das relações de trabalho e da prática política eram tão vigorosas que o país tinha que conviver com um quadro de instabilidade das instituições públicas e do Direito Privado. E foi nesse contexto, durante o governo de Arthur Bernardes – que governou o país durante quatro anos em Estado de Sítio - que o Congresso Nacional aprovou em 1923 a Lei de Imprensa. Essa é apontada por Sodré (1999, 361) como a primeira etapa da República de forte repressão à imprensa, mas também de entrelaçamento definitivo entre imprensa e política. Tanto é assim que entre as motivações para a edição da Lei de Imprensa estavam casos de tramas políticas arquitetadas em conluio por políticos e jornalistas – geralmente para difamar nomes ou invalidar candidaturas. E o Congresso estava no centro de todos esses acontecimentos. Sodré sugere, inclusive, em detalhada análise sobre esse período do país, que, a partir da década de 20 nenhum grande episódio nacional deixou de contar com a participação da imprensa ou do Legislativo – que atuavam como protagonistas.

3.4. O Senado Republicano e as condições técnicas da imprensa

Enquanto a moldura econômica aponta o incremento da industrialização, na seara política, a Constituição de 1891, que vigorou até 1930, reconhece, oficialmente, a existência dos três poderes da República: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. As eleições, como nos tempos do Império, ainda sofrem forte manipulação pelas oligarquias, o que naturalmente levava a um Congresso sem representatividade. Afora as honrosas exceções, de nomes como o de Rui Barbosa, de Pinheiro Machado e depois do político e jornalista Alcindo Guanabara, a grande maioria do Congresso era composta por coronéis, senhores-de-engenho, ou pequenos burgueses não necessariamente preocupados com a melhoria das condições nacionais. Dois partidos se faziam presentes – o poderoso

Partido Republicano Paulista (PRP) e o Partido Republicano Mineiro (PRM). Vigorava a conhecida política do café-com-leite.

A Coluna Prestes, a Revolução Militar de 30 e os movimentos separatistas do Rio Grande do Sul se incumbiram de precipitar a convocação de uma nova Constituinte em 1934. No Congresso, formava-se a Aliança Nacional Liberal (ANL) para fazer frente ao domínio de Minas Gerais e de São Paulo na política. O assassinato de João Pessoa, que compunha a ANL, precipita a deposição do presidente Washington Luís e a eleição indireta do gaúcho Getúlio Vargas para a Presidência da República.

Ao mesmo tempo em que ganha sua primeira Lei de Segurança Nacional e a Constituição de 1934, o Brasil de Getúlio Vargas inaugura uma legislação própria¹³ para regulamentar o funcionamento dos serviços de radiocomunicação que já se avolumavam no país. Essa lei não distinguia, no entanto, os serviços de comunicação com fins noticiosos daqueles que eram voltados para a informação estratégica e de caráter militar, principalmente sobre questões de segurança nacional, dados meteorológicos, mensagens entre navios e fronteiras. Era o auge da comunicação radioelétrica, por isso o texto legal utilizava os seguintes termos para definir a radiocomunicação: radiotelegrafia, radiotelefotografia, radiotelevisão, ou quaisquer transmissões sem fio, de escritos, signos, sinais, sons ou imagens de qualquer natureza, por meio de ondas hertzianas. Foi também essa legislação que estabeleceu as bases para a criação, no futuro, de um programa diário a ser transmitido em cadeia nacional de radiodifusão.

Mas, apesar dessas mudanças, e de a nova Carta Magna ser bem mais democrática que as anteriores – já que estabelecia a autonomia dos Estados, o sistema presidencialista, a criação da Justiça Eleitoral e do voto direto, além das primeiras leis trabalhistas do país –, estavam sendo abertas as portas para um período de ditadura e de radicalização das posições entre direita e esquerda, a

¹³ Decreto 21.111, de 1º de março de 1932, com 109 artigos, onde estão definidos o funcionamento, a organização administrativa, penalidades, além de fazer constar os dois modelos que guiarão o sistema de comunicação do país dali em diante: o regime de outorga de concessões e permissões de emissoras de radiodifusão.

exemplo do que acontecia no cenário mundial. Para Sodré (1999, 378-381), este é um momento polêmico no curso da história da imprensa e do Legislativo brasileiros, e por isso mesmo não deve ser desprezado. Narra nosso autor que, após a eleição de Vargas e a derrota do movimento militar, as agitações populares e trabalhistas acenderam nas velhas forças políticas o receio de que seus direitos estivessem ameaçados.

As ditaduras externas – Mussolini, Salazar e Hitler – instigaram a formação do integralismo, que se incumbiu de espalhar o pânico na sociedade brasileira. A seu lado, os direitistas e simpatizantes do fascismo utilizavam a imprensa – cujos proprietários abominavam as idéias comunistas – e o Congresso, que, “tendo cedido a tudo, inclusive à retirada e espancamento de membros das duas casas, e votado o estado de sítio e o estado de guerra, acabou fechado”, descreve Sodré (1999, 380). Em sua opinião, aliás, os revezes e opressões futuros vividos tanto pela imprensa quanto pelo Congresso estão diretamente vinculados ao fato de haverem ambos não apenas não lutado contra, mas colaborado, naqueles idos do primeiro governo Getulista, com um regime ditatorial.

Também o jornalista e escritor Rubem Azevedo Lima identifica o início de um período de descrédito da imprensa a partir do ano de 1933. Em suas palavras:

Durante os anos que se seguiram àquela data, a imprensa perdeu a aura de romantismo e idealismo de que desfrutava na primeira parte do século e se transformou numa indústria complexa, passando, com isso, a depender de múltiplos interesses econômicos (nacionais e estrangeiros), especialmente inculcados através da publicidade (SJPDF, 1993, 27).

Para ajudar nessa campanha, contavam os integralistas e o governo com outros recursos, além dos jornais que já iam sedimentando estruturas empresariais em seu funcionamento. Eram os novos sistemas de comunicação que se formavam com base no uso dos serviços de agências de notícias¹⁴, no rádio, que chegara ao país em 1923, e ainda a fotografia, que juntos forçavam a modernização das técnicas jornalísticas. Na verdade, como acentua Emery, em abordagem sobre a história da imprensa norte-americana já registrada neste

¹⁴ Werneck Sodré (1999, 364) informa que o Jornal do Brasil passou a utilizar, em 1922, os serviços da *United Press*, prática que também havia sido adotada pelo *Rio-Jornal*.

trabalho, a principal modificação diz respeito à busca por uma linguagem mais informativa e direta, que pudesse atrair e manter a atenção do público – começa a surgir o *lead*.

Apesar de existirem avanços econômicos, a Constituição Polaca, imposta por Getúlio Vargas em 1937, expressava os ares ditatoriais que passariam a reinar no país. Além do fechamento do Congresso e da extinção dos partidos políticos, a polícia reprimia os jornais e em pouco tempo a censura já fazia parte da realidade de quase todas as redações. O sinal emblemático desses tempos negros, que vão até 1945, foi a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP, que chegou a baixar uma lista de assuntos proibidos na imprensa. Nos estados, os censores estenderam seus estertores por meio dos Departamentos Estaduais de Imprensa (DEI), e conta Sodré (1999, 382) que “a relação de desmandos que caracterizaram o Estado Novo” é tão grande que é impossível listá-la. Ao mesmo tempo em que as torturas e a opressão eram praticadas, também se verificam casos de corrupção por parte dos jornalistas.

O final da 2ª Guerra Mundial e o crescimento industrial coincidem com o fim do Estado Novo e com novas composições políticas que se refletiam nos partidos UDN, PSD, PTB, e até mesmo no Partido Comunista Brasileiro (PCB), agora legalizado. As eleições de 1945 marcam a reabertura do Congresso Nacional e a Assembléia Constituinte fornece ao país a Carta de 1946, de cunho liberal e onde o Poder Legislativo possuía seus traços atuais: duas Câmaras – Senado Federal e Câmara dos Deputados –, com representantes eleitos diretamente, sendo os senadores para um mandato de oito anos e os deputados para quatro. O número de deputados era proporcional à população dos estados e os senadores em número de três por ente da Federação. O Poder Judiciário também é amplamente ativado e apenas o Executivo apresenta diferença, já que o mandato do presidente era de cinco anos. Governa o Brasil o General Eurico Gaspar Dutra.



Figura 9 – Sala da Secretaria-Geral do Senado, quando os registros eram manuscritos ou saídos de máquinas de escrever manuais. Palácio Monroe, Rio de Janeiro, década de 50.

No Senado Federal, chama a atenção documento sobre reunião da Comissão Diretora de 26 de fevereiro desse mesmo ano – 1946 – informando que se havia organizado, oficialmente, e pela primeira vez, um Comitê de Jornalistas na Casa, nome alterado já em 1948, para o atual Comitê de Imprensa. De acordo com o texto do ofício, o órgão teria o objetivo de fazer a “ligação entre a Mesa da Assembléia Constituinte e os representantes da imprensa, que exercem a sua atividade no Palácio Tiradentes”. Importa observar que o Comitê de Imprensa sempre mereceu cuidados de adoção por parte da administração do Senado, conforme demonstram outros registros da Casa. Tal comportamento permite presumir duas possibilidades: a concessão de espaço físico e de condições estruturais de funcionamento visava a adular a imprensa nacional, para que a mesma minimizasse as críticas ao Legislativo, ou, em uma perspectiva mais positiva, demonstrava já uma preocupação dos senadores em facilitar o acesso da sociedade – representada pela imprensa privada – às informações legislativas. Nessa época, segundo comprova ata de reunião da Comissão Diretora de 1950,

os registros já eram feitos em máquinas manuais de escrever e também faziam parte do quadro de servidores alguns operadores de um tipo de telex rudimentar.

Inicia-se também a fase de alinhamento do governo brasileiro aos ditames dos Estados Unidos. Tal fato chama a atenção, pois a liberdade para a ação do capital estrangeiro no país, concedida por Dutra, vai se refletir diretamente nas empresas de comunicação brasileiras, que começam a se concentrar em grandes corporações (SODRÉ, 1999, 388), enquanto muitos outros pequenos empreendimentos desaparecem. O que se descobre pouco tempo depois é que o segredo dos grandes residia no financiamento externo e no fato de poderem essas empresas lidar com as mídias já conhecidas: rádio, jornal e revista, e uma desconhecida que ia desbancar as demais: a televisão.

Por contarem com farto registro, os fatos históricos a seguir alinhavados serão apenas pincelados, não em função de sua relevância para o contexto nacional, mas pela necessidade que perpassa esse trabalho de atrelar cada um dos episódios citados aos movimentos da imprensa do país. Assim, saltaremos para o segundo mandato de Vargas (1951-54), quando a oposição do jornalista Carlos Lacerda ao governo conferiu o caráter dramático do período que culminou com o suicídio do presidente. Além dos clubes e círculos militares, diversas publicações expunham as mazelas e instigavam a oposição ao governo Vargas. Sodré (1999, 405) conta que tal atitude camuflava o fato de que as empresas de comunicação, proprietárias dos principais meios de divulgação da época, recebiam vultosos valores do próprio governo, sob a rubrica de verbas de publicidade, além de contarem com a conivência estatal para as operações financeiras e os subsídios recebidos de entes estrangeiros – práticas proibidas legalmente. Foi assim que Assis Chateaubriand montou os *Diários Associados* e Roberto Marinho as organizações *Globo*, por meio do acordo *Time-Life*.

Dali em diante, registra o mesmo autor, a manipulação da opinião pública e o emparelhamento dos jornais, revistas e emissoras e rádio e televisão aos ditames norte-americanos tornam-se uma constante na vida da nossa imprensa. Sobre esse aspecto, inclusive, raciocina Sodré (1999, 407), existe uma tipicidade

da comunicação nacional que se reveste de interesse para esse estudo: essa mesma imprensa, que se habituou a transmitir e inculcar uma mentalidade neoliberal na população por meio de suas publicações e programações, de tempos em tempos, reclamava da falta de liberdade de expressão, colocando a culpa da censura nos aparelhos do Estado. O que importa frisar é que, até o limiar da década de 60, formou-se a estrutura e a ideologia que iriam caracterizar a imprensa do país: monopolista, de cunhagem neoliberal, e atrelada ao Poder Público, fosse ele qual fosse, desde que estivesse financeiramente disposto a colaborar com as empresas.

Um episódio merece referência por entrelaçar a vida política e a imprensa nacional de maneira indelével. No começo dos anos 60, foi instalado no país o *Instituto Brasileiro de Ação Democrática* (IBAD), que, ao contrário do que pode representar o nome, estava longe do que possa significar democracia. Era uma sociedade nacional totalmente patrocinada pelos cofres dos Estados Unidos e voltada para o combate de qualquer tentativa de prosperidade das forças socialistas ou comunistas nos países do Terceiro Mundo. De acordo com depoimentos colhidos pela Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) criada no Congresso para investigar os estragos provocados pelo IBAD, este havia subvencionado a eleição de 250 deputados ou candidatos a deputados nas eleições de 1962. Também montou frotas de carros, comprou redes de televisão e rádios, editoriais e opiniões de jornais, e segundo João Dória, deputado autor do pedido de criação da comissão, corrompia todos esses ambientes, além de controlar as eleições e a ação parlamentar, chegando ao cúmulo de instalar um sistema próprio de gravações no Congresso Nacional (SODRÉ, 1999, 431).

O acontecimento, transcorrido durante o governo de João Goulart, foi desvendado e notificado pelo repórter Edmar Morel em reportagem da época e depois em livro em que descreve o que significou a investida norte-americana no cenário político nacional. A montagem das escutas clandestinas foi tão grave que, um ano depois, o Congresso Nacional resolveu instalar seu próprio sistema de áudio e som nos plenários das comissões. Vejamos o relato de Morel:

O IBAD atingiu os limites da audácia quando fez instalar, no próprio recinto do Congresso Nacional, um aparelho de gravação clandestino para colher os pronunciamentos dos parlamentares nacionalistas. Isto feito, eram então selecionados para ampla divulgação os trechos que, apresentados isoladamente, podiam dar margem às mais diferentes interpretações. (MOREL, 1963, 53-4).

O fato serve para ilustrar quão próximas serão desse período em diante as relações entre a imprensa e o Legislativo, e para que possamos explorar os veios dessa relação, devemos voltar um pouco no tempo: para o início do governo de Juscelino Kubitschek. A partir do começo da década de 60, o país viveu uma fase de relativa estabilidade política e de intenso desenvolvimento industrial, siderúrgico, energético e da indústria automobilística e acompanhou, a título de coroamento dos feitos de JK, a construção de Brasília, inaugurada em 1960, marcando também a transferência da capital e de todo o arsenal de comunicação política do país para as terras do cerrado.

É claro que tais mudanças foram paulatinas, mas perenes: a capital se consolidou e a imprensa que para ali se deslocou acabou ficando. Brasília, o golpe militar de 1964, a ditadura, o fim da liberdade de imprensa, os atos institucionais que validaram as perseguições políticas, a censura e os períodos de fechamento do Congresso, não serão esmiuçados, mas devem ser tomados como pano-de-fundo e agentes do processo que aqui se quer retratar: o de formação do novo sistema de comunicação do Senado Federal.

3.5. O público e o privado na comunicação institucional

Com a mudança da capital do Rio de Janeiro para Brasília, em 1960, parte da estrutura do Senado, que existia no antigo Palácio Monroe, foi transferida para a nova capital, implicando em um processo paulatino de readequação dos servidores e serviços da Casa. Pela análise de documentos internos torna-se nítido que os serviços burocráticos administrativos recebiam prioridade nas gestões do Senado. No caso da área de informação, por exemplo, a principal preocupação estava relacionada com o registro dos discursos parlamentares pela taquigrafia, e na tradicional elaboração das atas dos trabalhos legislativos por

redatores. De acordo com documento¹⁵ de 1955, existiam 15 redatores na Diretoria de Publicações, incumbidos estes de redigir (em máquinas de escrever) e revisar o material legislativo destinado à publicação nos diários oficiais. Entre as atribuições, estava previsto que esse grupo de servidores poderia também cuidar de outras publicações, se assim fosse interesse da Comissão Diretora ou da Direção da Casa, mas não é possível afirmar se esse material possuía teor jornalístico. Outro sinal de atividade de comunicação está na obrigação de comissões prepararem resumos de seus trabalhos, destinados à imprensa.

Alguns textos, no entanto, demonstram a existência de redatores no quadro de funcionários do Senado nos idos de 1960. Vários destes, contudo, mantiveram-se no Rio de Janeiro, pois trabalhavam também em veículos de imprensa privados ali sediados. Aliás, a prática do duplo emprego de jornalistas – um na imprensa privada e outro no serviço público – está consignada em vários depoimentos e textos recolhidos para esta pesquisa. De acordo com o jornalista Aylê-Salassie, “metade, pelo menos, dos repórteres credenciados no Congresso, eram funcionários do Senado ou da Câmara” (SJPDF, 1993, 230) ao final da década de 60 e começo dos anos 70, sendo que a maioria deles se ocupava da cobertura política setORIZADA do Congresso.

¹⁵ Resolução nº 04, de 1955 – Rege a organização e o funcionamento de serviços auxiliares do Senado, evidenciando a existência no quadro de redatores e de distribuição dos resumos dos trabalhos para a imprensa.



Figura 10 - Comitê de Imprensa do Senado Federal, em 1987. Arquivo particular jornalista Evandro Paranaguá.

Azevedo Lima é ainda mais contundente ao contar que, nos primeiros anos de Brasília, “em face dos baixos salários, poucos profissionais da imprensa viviam exclusivamente do jornalismo. E, sob tal justificativa, muitos deles, credenciados no Congresso, faziam trabalhos avulsos ou dedicavam-se a expedientes escusos, como o lobby legislativo, para aumentarem suas receitas” (SJPDF, 1993, 28). Provavelmente, arrisca ele, eram tantos os casos de duplo emprego de jornalistas, em geral com o segundo no serviço público, que o próprio Sindicato dos Jornalistas Profissionais de São Paulo admitia tal possibilidade.

Outro jornalista a confirmar tal situação é Aylê-Salassie. Ele conta que durante os primeiros anos de Brasília, enquanto o Congresso tinha apenas que providenciar o material para a *Voz do Brasil*¹⁶, os serviços de radiodifusão desse poder eram “incipientes – situação mantida como uma forma de não concorrer com a cobertura dos jornais”. Mas, lembra o jornalista:

¹⁶ Programa de rádio criado em julho de 1935 pelo governo Getúlio Vargas para divulgação dos atos do governo. Com transmissão obrigatória em rede nacional, a partir de 1938, o programa, que vai ao ar diariamente às 19 horas de Brasília dura uma hora e é o mais antigo programa de rádio do Brasil e da América do Sul.

O Congresso acabou criando uma superestrutura de divulgação, abrindo as portas para o ingresso no serviço público de dezenas de jornalistas desempregados, ameaçados pelo desemprego, e alguns 'caronas' dos chamados 'trens da alegria': conjunto de contratações anuais de parentes e amigos, autorizadas pelos eventuais presidentes das duas Casas Legislativas, e resultantes de um grande conchavo interno (SJPDF, 1993, 224-7).

A jornalista Eliane Cantanhêde é outra a descrever essas ocorrências, no rol das vantagens que alguns jornalistas recebiam para poder fixar-se em Brasília:

Entre as vantagens, no entanto, uma era imbatível: o duplo emprego, como regra importada dos estados de origem, mas consolidada em Brasília pela proximidade, até física, entre o jornalista e o poder. Todo mundo tinha seu 'cabide' fosse no Congresso, no Executivo ou num tribunal... Essa cultura foi forjada pelos baixos salários da imprensa, estimulada pelo poder e cúmplice permitida pelos patrões (SJPDF, 1993, 83).

A questão dos baixos salários também é citada por Azevedo Lima, não para justificar, mas para explicar a situação. Segundo ele, o regime militar também pode ser apontado como um dos causadores da situação, já que havia uma "instabilidade crônica da profissão", causada pela censura imposta pelos militares, o que provocou o fechamento de vários jornais e revistas naquela época. "Muitos jornalistas continuaram a procurar segurança econômica no serviço público", assinala o jornalista, que, no entanto, faz questão de frisar que a proximidade entre o jornalista e a sua fonte de informação não estabelece uma relação direta de 'promiscuidade'. "A rigor, a fonte e o poder corrompem os jornalistas que se deixam corromper ou querem corromper-se", enfatiza Azevedo Lima. De qualquer maneira, narra o jornalista, houve excessos em relação ao assunto, pois vários jornalistas passaram a ser discriminados (ainda que o emprego público tivesse sido obtido por meio de concurso público), ou até mesmo dispensados, como aconteceu com repórteres de O Estado de São Paulo, que trabalhavam em Brasília, e foram demitidos apenas porque se inscreveram em concurso público para redator do Senado. (SJPDF, 1993, 32).

Cantanhêde (1993, 83-4) conta que esse assunto foi enfrentado apenas ao final da ditadura militar, quando as questões do duplo emprego – também existiam alguns jornalistas que trabalhavam em mais de um veículo de imprensa privada –

da ética na profissão e do papel da imprensa entraram na pauta das discussões da categoria. Outros fatores que, em sua avaliação, acabaram provocando o final daquela prática foram a exigência do diploma e também a crítica sofrida pelos jornalistas no próprio meio profissional em que labutavam.

Fosse como fosse, porém, o fato é que a mistura das atividades empreendidas pelos que faziam jornalismo oficial e os do jornalismo da imprensa privada aconteceu em épocas passadas e se acentuou a partir da inauguração de Brasília. Para o professor Venício Lima, na verdade, a história do jornalismo de Brasília estará necessariamente marcada por esse “jornalismo oficial” que, em sua opinião, aliás, constitui uma prática profissional particular “com rotinas e subcultura próprias”. Um dos motivos claros para isso, diz o estudioso, se deve ao fato de Brasília sediar os três poderes da República. (SJPDF, 1993, 15).

Em sua análise, o professor diz ainda que o jornalismo de Brasília sempre foi um “jornalismo da capital federal”. Eis como ele explica o fenômeno:

A concentração de jornalistas nas capitais, sede da burocracia governamental, reforça a tendência geral, tanto profissional quanto administrativa do jornalismo, de se privilegiar as fontes institucionais e estáveis, isto é, as fontes oficiais. No Brasil essa tendência foi ainda mais reforçada durante os 21 anos de regime militar, pois a centralização do poder e a censura direta ou indireta dos mídias não deixava, na prática, alternativas aos jornalistas. (SJPDF, 1993, 18).

A observação de Lima é confirmada por Salassie que, ao descrever a trajetória de instalação das várias assessorias de imprensa de órgãos públicos em Brasília, informa que após o golpe de 1964 todas as unidades do Exército brasileiro passaram a dispor de um oficial responsável pelas atividades de relações públicas, “a quem cabia ainda a triagem das informações do setor”. Nos demais ministérios militares a estratégia se repetia e o assessor era, em geral, um coronel ou um general, detalha Salassie. Até mesmo a atuação do secretário de imprensa da Presidência da República, durante os primeiros anos do governo militar, foi reduzida em sua significância, acrescenta o jornalista, já que o “novo sistema de comunicação exigia uma perfeita acomodação de cada um no papel que lhe estava destinado dentro da proposta dos militares”. Deve ser daí,

inclusive, que se originou boa parte do ranço da grande imprensa ao que passou a ser denominado de jornalismo chapa branca – em uma referência às placas dos carros oficiais de ministros e demais autoridades públicas que eram da cor branca.

De qualquer maneira, o fato é que poucos anos depois da inauguração da cidade, conta Salassie, o noticiário político e econômico, gerado a partir da nova capital, pelos jornalistas exclusivos da imprensa privada ou por aqueles que trabalhavam também para o serviço público, “passou a representar de 50 a 70 por cento das notícias publicadas nos jornais do país e as manchetes dos jornais estavam sempre reservadas para uma notícia de última hora procedente de Brasília” (SJPDF, 1993, 28)

Os grandes jornais, as cadeias de rádio e televisão e as agências telegráficas cuidaram de manter, na nova capital, seus próprios correspondentes, como demonstra ato¹⁷ do senador Auro de Moura Andrade, um mês depois da inauguração do novo prédio do Congresso Nacional, em que este autoriza o credenciamento de um profissional para cada veículo de comunicação com interesse na cobertura jornalística do Senado Federal. O jornalista Carlos Castello Branco também confirma não só a instalação de jornalistas na cidade, como também seu interesse comum:

No começo era o Correio Braziliense inaugurando o setor gráfico e o jornalismo em Brasília. Chegavam também os escalões avançados dos jornais do Rio e de São Paulo que se foram instalando nas casas populares da quadra ao lado da W3. A vida nossa, jornalistas, era por ali, pelo bar Caravelle, pelo restaurante do GTB, fazendo hora para as sessões do Congresso ou descansando do trabalho... A vida de todos nós concentrava-se nos corredores da Câmara e do Senado, ainda relativamente vazios. (SJPDF, 1993, 13).

Outro motivo para que nem todos os servidores do Senado tenham se transferido para a nova sede – entre eles os redatores – era porque Brasília ainda não oferecia condições de habitações e demais serviços para todos que chegavam. Um número significativo de servidores não quis transferir-se para a nova capital, ainda que para receber salários dobrados e mais vantagens pela

¹⁷ Resolução do Senado Federal nº 16, de 19 de maio de 1961.

mudança. Alguns eram liberados para trabalhar em secretarias de governos estaduais, em outros órgãos públicos, ou até mesmo para assumir embaixadas¹⁸. É possível supor que várias dessas cessões eram realizadas a pedido de políticos influentes ou de autoridades do governo.

Pode-se afirmar, ainda, com base em legislação¹⁹ emitida um ano antes da inauguração de Brasília (1960), que existia um embrião de serviço noticioso no Senado nessa época. Diz esse documento que caberia aos funcionários lotados na Seção de Administração da Diretoria de Comissões, como parte dos trabalhos dos Serviços Auxiliares, “redigir os resumos dos trabalhos realizados nas reuniões das Comissões para distribuição à imprensa”. Também estava previsto que o setor de taquigrafia cuidaria da distribuição das cópias dos discursos dos senadores para a imprensa. Curiosamente, cabia à Seção de Protocolo a organização de uma resenha mensal para publicação de tudo que tivesse sido votado pelo Senado naquele período. Ainda existia, como responsabilidade da diretoria de publicações, o registro e encaminhamento para publicação impressa dos trabalhos legislativos (discursos e votações) destinados à publicação no Diário Oficial da União, no Diário do Senado Federal e no Diário do Congresso. Não é devido afirmar que essas tarefas foram desempenhadas por jornalistas, ainda que estes existissem no âmbito do quadro de servidores do Senado, mas é possível afirmar, pelas ações acima descritas, que a percepção de que os senadores deveriam tornar públicas suas idéias já estava presente, pois existia já instalado um serviço radiotécnico, responsável pela gravação das sessões do Plenário.

Fica claro, por nova decisão, no ano de 1961, que a preocupação em relação à imprensa propriamente dita residia na liberação do acesso de jornalistas da mídia privada aos espaços do Senado. Por essa resolução, cada órgão de imprensa diária, as estações de rádio e de televisão, as agências telegráficas de

¹⁸ Alguns dos atos formais que demonstram a cessão de redatores para serviços estranhos ao Senado: Resolução do Senado Federal nº 33, de 1963 (cede servidor para assumir embaixada do Brasil em Beirute); Resolução SF nº 30, de 1963 (concede afastamento de servidor para o Cade); Resolução nº 23, de 1963 (libera servidor para a Presidência da República).

¹⁹ Resolução nº 06, de 1960 – dota a Secretaria Senado de um regulamento de suas atividades.

notícias, teriam direito a credenciar um profissional. Esse quadro, porém, passou por importante intervenção dois anos depois, em 1962, quando o Congresso Nacional passou a contar com trinta minutos (cabendo ao Senado dez minutos desse tempo) do noticiário de a *Hora do Brasil*, que também naquele ano teve seu nome trocado para a *Voz do Brasil*. Até então, nos 25 anos de existência do programa somente os atos do Poder Executivo eram divulgados. A partir daí, tornou-se necessária a montagem de uma estrutura que permitisse a produção de noticiário diário para as demandas daquele programa de rádio.

Ato contínuo, uma nova decisão administrativa²⁰, assinada pelo senador Auro de Moura Andrade, em 1963, cria o Serviço de Radiodifusão ainda sob a supervisão dos Serviços Auxiliares – o que denota maior atenção com a divulgação dos trabalhos legislativos, mas não com a importância que a atividade receberia nos anos futuros. Pelo texto, cuidaria a Seção de Divulgação, subordinada ao novo serviço, da elaboração de resenhas diárias tanto das sessões do Plenário como das reuniões dos órgãos técnicos. Também deveria o novo serviço se responsabilizar pela redação de notícias para distribuição aos jornais, revistas e emissoras de rádio e televisão, que tivessem contrato de divulgação do Senado ou quisessem fazê-lo espontaneamente. Vale notar que em um de seus artigos, a Resolução proíbe terminantemente que o Serviço de Divulgação faça a propaganda “exclusivamente pessoal ou política de qualquer senador”. A mudança criava 19 novos cargos, entre redatores, noticiaristas, locutores e técnicos de rádio e eletrônica, sendo que o quadro da Casa já dispunha de um fotógrafo, oriundo do Rio de Janeiro. Sobre esse último aspecto é importante observar que já no ano de 1965 mais quatro cargos de redatores de radiodifusão são criados, substituindo, inclusive, vagas antigas de redatores de atas e anais. Esse pode ser tomado como um indício concreto de que a preocupação se voltava mais para a divulgação jornalística do Senado em detrimento da comunicação oficial.

²⁰ Resolução nº 38, de 1963 – Altera a estrutura Administrativa da Secretaria do Senado Federal para incluir no quadro da Casa o Serviço de Radiodifusão.

Em 1972, presidia o Brasil o general Emílio Garrastazu Médici e o país vivia os mais repressores anos da ditadura militar, com perseguições políticas, violação à liberdade de imprensa e aos direitos fundamentais. O presidente do Senado de então, senador Petrônio Portella, tomou medidas que acenavam com a tentativa de democratização da informação. Para a comunicação, uma das principais ações diz respeito à mudança de *status* do setor de divulgação que deixa de ser considerado como serviço auxiliar, passando a figurar como órgão de assessoramento superior da presidência do Senado, ao lado apenas da Secretaria-Geral da Mesa, da Assessoria, e da Consultoria Jurídica. Para concretizar esse posicionamento acontece a transformação do Serviço de Radiodifusão – cujos serviços eram voltados quase que totalmente para a gravação dos discursos destinados ao programa da Voz do Brasil - em uma Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas, que deveria elaborar uma política de divulgação para a Casa capaz de esclarecer a *opinião pública* sobre suas atividades, conceito que aparece pela primeira vez nas terminologias utilizadas pelo Senado.

Essa nova Secretaria teria, no âmbito da Divisão de Divulgação, uma seção de redação e outra de imprensa, rádio, televisão e cinema. A alteração é tão significativa que merece a citação integral de um dos artigos do texto legal que respaldou as novas estruturas do Senado, no caso a Resolução n. 58, de 1972:

“Art. 38 – À Seção de Redação compete redigir matérias noticiosas para divulgação e distribuição; acompanhar matérias publicadas sobre atividades parlamentares; elaborar súmula informativa e informativos internos; prestar assistência jornalística aos senadores; sugerir convênios com órgãos de divulgação, e executar outras tarefas correlatas”.

É interessante atentar para dois detalhes neste artigo: a primeira tentativa de denominação de um periódico da Casa, “Súmula Informativa”; e a preocupação, denotada pela palavra “assistência” em se prestar um serviço jornalístico pessoal aos senadores, em um modelo similar ao de assessoria de imprensa.

Outra parte do mesmo documento também desperta curiosidade, por demonstrar que existia uma estrutura de divulgação no chamado Senadinho, que era a representação do Senado no Rio de Janeiro. Nessa estrutura existia uma seção de notícias e informações – que repassava para os veículos de imprensa situados na cidade as matérias produzidas pela Secretaria de Divulgação do Senado em Brasília – e uma seção de pesquisa, que fazia o caminho contrário recolhendo material publicado nos jornais do Rio de Janeiro para publicação na Súmula Informativa. Essa transmissão deveria ser feita por Telex para Brasília. Mais uma vez, outro pormenor chama a atenção: por que precisava existir um serviço de divulgação no Rio de Janeiro? Provavelmente, além do interesse natural dos parlamentares em manter o vínculo com os grandes jornais cariocas, deviam existir alegações de ordem particular, por parte dos jornalistas da Casa que não queriam se mudar para Brasília, mas sim continuar na capital fluminense.

Afora as iniciativas de 1972, entre elas a criação do Prodasen (Centro de Informática e Processamento de Dados do Senado Federal) – ato que marcaria a chegada dos computadores àquela casa e uma nova mentalidade no trato da informação tanto processual quanto jornalística, poucos fatos relevantes merecem registros na área da comunicação do Senado até quase o final da década. Talvez isto se explique pela forte censura imposta pelos governos militares para a imprensa em geral. Contraditoriamente, no campo das telecomunicações, que sempre foi um setor considerado estratégico pelas Forças Armadas, foram dados impulsos significativos na rede de telefonia, nas transmissões de TV e de dados a distância, por cabos submarinos ou via satélite.

Senão vejamos a partir daí: em finais de 1984, no governo do general João Batista Figueiredo, e no ano da campanha das “Diretas Já”, o Senado emite uma nova decisão²¹, específica para alterar o regulamento administrativo da Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas. Entre as mudanças, foi prevista, pela primeira vez, a criação de uma Seção de Comunicação e Expedição, subordinada à Subsecretaria de Divulgação, destinada a remeter material noticioso aos

²¹ Resolução nº 139, de 1984 – Cria uma seção para remessa de notícias para a imprensa.

veículos de informação por meio de telex²², pelo correio ou outros sistemas. Detalhe curioso desse momento está no fato de que ao lado da Seção de Comunicação e Expedição, funcionavam outras quatro seções, entre elas uma que incluía os serviços de imprensa, rádio, televisão e cinema. As demais eram: de redação, de produção técnica e de audiovisual.



Figura 11 – Cerimônia de lançamento da chegada de computadores para a Biblioteca do Senado – final da década de 80. Foto arquivo do Senado Federal.

Não constitui intuito deste trabalho localizar com exatidão cronológica o surgimento da Agência Senado, mas se fôssemos adotar o critério da adoção e emprego de determinada tecnologia como único para definir o nascimento da Agência, talvez pudéssemos afirmar que naquele ano de 1984 o Senado inaugurou seu primeiro formato do que viria a ser uma agência de notícias, visto que foi a partir daquele ano que o telex passou a ser utilizado no Senado para fins de divulgação do noticiário da Casa. Esta linha de pensamento parece coerente com a análise que fez Marshall McLuhan para o telégrafo – precursor e base

²² Sistema de transmissão via satélite criado pela Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) em 1975. Os dados eram digitados em uma máquina que perfurava uma tira de papel. Ao final da mensagem, os transmissores confirmavam o recebimento em um papel que ia sendo preenchido como em uma máquina de escrever. A ligação utilizada era a mesma de uma linha telefônica. Pode ser considerado como uma evolução do telégrafo.

tecnológica do telex. “Deu-se uma revolução no método de captar e apresentar as notícias. Foram espetaculares os efeitos causados na linguagem, no estilo literário e nos assuntos” (2003, 282), avalia o autor ao descrever o telégrafo. Para ele, esse invento, como os demais meios elétricos, rompeu com o pensamento fragmentado da era mecânica, pois trouxe uma espécie de “dimensão do lado humano”, “do imediatismo da participação na experiência alheia e que ocorre com a informação imediata”. (2003, 284).

Outro componente de que se pode lançar mão para se considerar que nascia no Senado um serviço rudimentar de agência de notícias na metade dos anos 80 é a presença da caracterização padrão do formato de operação desse tipo de veículo de comunicação: a transposição das fronteiras físicas para a transmissão das notícias. Sobre este aspecto, há que se considerar que mesmo com a existência do telefone (cujas ligações eram escassas), até então a distribuição de noticiário legislativo resumia-se ao fornecimento, em papel impresso, e para aqueles que buscassem na origem, dos discursos e votações ocorridos no Senado. Uma diferente maneira de divulgação dos trabalhos senatoriais restringia-se às publicações nos veículos oficiais – como *Diário Oficial da União* ou *Diário do Congresso*. Claro é que não nos referimos aqui às matérias elaboradas por repórteres dos jornais particulares que atuavam no âmbito daquela casa e utilizavam o telefone, por exemplo, ou o próprio telex. É de se supor, assim, que em se tratando de Senado, o telex tenha permitido que a produção jornalística alcançasse já outro emissário, distante fisicamente da capital federal e provavelmente integrante de veículos de comunicação que não podiam subsidiar a manutenção de uma sucursal ou mesmo de um correspondente em Brasília.

Na mesma linha, mais um indicativo de ordem tecnológica pode ser citado para mostrar que já ocorriam mudanças na comunicação do Senado carreadas pelas novidades da tecnologia. Trata-se de ofício encaminhado pela Subsecretaria Técnica de Operações e Manutenção Eletrônica (SSTEL) ao diretor-geral, informando, em 1985, sobre as providências necessárias para implantação de

uma nova Rádio do Congresso Nacional²³, já que até então a rádio existente no Legislativo funcionava apenas para produção da Voz do Brasil, e também para implantação de uma Central de Produção de Vídeo – tudo com custo estimado em quatro milhões de dólares.

Já nas esferas legal e política podemos constatar que significativo para o processo de estruturação do atual sistema de comunicação do Senado foi, sem dúvida, a promulgação da Constituição de 1988. Além de determinar claramente o direito à liberdade de expressão e à informação, em seu Art. 5, a nova Carta imprimia formalmente ao país os pilares da redemocratização. O que pode ser detectado pelo fato de ainda antes da promulgação da Carta, para a cobertura dos trabalhos da Assembléia Nacional Constituinte, terem sido montados novos esquemas nas estruturas de informação tanto do Senado Federal quanto da Câmara dos Deputados. Ato²⁴ específico para a divulgação dos trabalhos da Assembléia previa a publicação integral dos trabalhos constituintes, dos debates, das decisões tanto do Plenário quanto das comissões e subcomissões. Duas outras determinações mostravam a preocupação dos constituintes com o acesso às informações da Assembléia, pois colocava como obrigatória a difusão “à opinião pública dos mecanismos regimentais de participação popular no processo de criação constitucional”, e definia a inclusão no noticiário “da opinião de populares, personalidades e representações sociais sobre os assuntos mais importantes sujeitos à deliberação dos constituintes”.

Assim, também em 1987, duas outras decisões chamam a atenção. Uma delas²⁵ instituía um grupo de trabalho para implantar a Central de Produção de

²³ O primeiro documento a prever o Serviço de Radiodifusão do Congresso Nacional é a Lei 3.737, de 1960 – assinada pelo presidente Juscelino Kubitschek, prevendo um crédito de 150 milhões de cruzeiros ao Legislativo para implantação desse serviço. Mas, apesar de já existir o serviço no Congresso desde 1963, apenas em 1967, pelo decreto nº 61.258, assinado por Costa e Silva, fica autorizada, oficialmente, a implantação da Rádio Congresso Nacional, em ondas curtas, com operação a cargo da Rádio Nacional de Brasília.

²⁴ Ato nº 01 da Assembléia Nacional Constituinte, de 1987 – Regula a divulgação das atividades da Constituinte.

²⁵ Ato do Primeiro Secretário nº 09, de 1987 – Cria grupo de trabalho para implantar a Central de Produção de Vídeo (CPV) do Senado.

Vídeo (CPV) do Senado Federal e a outra²⁶, uma resolução, reconhecia mais uma vez a existência do Comitê de Imprensa (destinado aos jornalistas da mídia externa) e sua vinculação ao Senado. Ainda foram tomadas iniciativas no âmbito do Prodasen e da Biblioteca do Senado, que com a ajuda do primeiro, montou um banco de dados de artigos sobre a Constituinte publicados e selecionados dos principais jornais brasileiros.

No âmbito da comunicação, uma nova Resolução²⁷, de 1988, trocava a denominação da antiga ‘Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas’ para ‘Secretaria de Comunicação Social (SECS)’, em consonância com os próprios estudos de comunicação que abandonavam a linha de Opinião Pública para voltar a atenção às pesquisas em torno do conceito mais amplo de comunicação social. Por este documento, a Subsecretaria de Divulgação, agora separada das atividades de relações públicas, adquire novo status, passando a ser constituída por seis seções distintas, em que também os diferentes serviços e meios passam a ser segmentados. Assim é que se cria um Gabinete, a Seção de Imprensa, de Rádio, de Televisão, de Controle Informático-noticioso e ainda uma seção específica para a *Voz do Brasil*.

A atribuição da seção de imprensa era fazer a cobertura jornalística dos trabalhos legislativos, em especial do Plenário e das comissões, para divulgação aos “jornais, revistas e órgãos afins da imprensa escrita”, prescrevia o documento. Em paralelo, deveria a seção de acompanhamento Informático-noticioso fazer a redação das matérias e elaborar uma súmula noticiosa destinada aos senadores. Apesar do nome da seção, os textos ainda eram produzidos em máquinas elétricas de escrever e o conceito de tempo real ainda não existia, obviamente pelo fato de a Internet ainda não haver se instalado no país.

²⁶ Resolução nº 312, de 1987 – Cria a Seção de Apoio ao Comitê de Imprensa no âmbito da Subsecretaria de Divulgação do Senado.

²⁷ Resolução nº 191, de 1988 – Modifica o Regulamento Administrativo do Senado alterando a denominação de Secretaria de Divulgação e Relações Públicas para Secretaria de Comunicação Social.

Uma experiência digna de nota, realizada por esse mesmo grupo, foi o lançamento, no início de 1989, da revista Quorum, que era trimestral e foi editada apenas quatro vezes. Apesar disso, suas características merecem estudo futuro mais aprofundado, pois a revista foi capaz de reproduzir o ressurgimento das atividades legislativas e fiscalizadoras, por estar novamente investido o Congresso de suas prerrogativas recuperadas na Constituição de 1988. Na carta de apresentação, seu editor, o jornalista Manoel Vilela de Magalhães, afirmava que, com a revista se pretendia, “não a simples divulgação dos atos submetidos à consideração do Senado Federal, mas, sobretudo, estabelecer um novo e isento canal de comunicação para assegurar meios que certamente irão contribuir para a democratização da informação” (1989, Ano I, n. 1, pág. 6). Ele também alinhava a comunicação do Senado ao lado da imprensa geral brasileira, no propósito de “divulgar os fatos de interesse coletivo”, mas guardava para a ‘Quorum’ o posto de publicação especializada em assuntos parlamentares. E assim parece ter sido, pois o periódico possuía fotos em ângulos menos formais, charges, caricaturas, notas curtas, sessões de frases e de cartas dos leitores, matérias de opinião (escritas pelos jornalistas mais experientes), vários deles cronistas políticos que também escreviam ou trabalhavam para outros jornais, com títulos curiosos como “Remédios enfermos”, utilizado para nominar matéria sobre a CPI que investigou a indústria farmacêutica; “Terras, pra que te quero”, para matéria sobre a reforma agrária; “Indigestão”, utilizado para contar o que fez a CPI dos Alimentos; “Senado em ação contra tempestade institucional”, para denominar matéria em que o jornalista fazia o chamado “cozidão” de outras notícias, discursos em Plenário e proposições apresentadas, para mostrar que o Senado não corria risco de inação ou o país de enfrentar crise em suas instituições, em função das crises econômicas que abalavam o país. A revista ainda ousava trabalhando com textos sobre a cultura nacional - música e literatura, e ainda de história do Brasil. A equipe de repórteres e fotógrafos não chegava a quinze pessoas.

No tocante à rádio, o trabalho consistia na produção de notícias para a *Voz do Brasil*, boletins diários para as emissoras de rádio privadas, e ainda, em inserções noticiosas em caixas de som espalhadas pelo prédio do Senado, serviço

conhecido por “dim-dom”. Já o núcleo de TV era na verdade um núcleo de vídeo que gravava as atividades legislativas para distribuição aos veículos de imprensa que por eles se interessassem. O trabalho da Central de Vídeo, porém, já parecia chamar a atenção, pois em carta endereçada ao presidente do Senado em 1992, senador Nelson Carneiro, Charles Messier, membro da Assembléia Nacional do Canadá, de Québec, perguntava detalhes, história e tecnologia empregados pelo núcleo de TV do Senado. Sua intenção: avançar no precário sistema que aquele parlamento já possuía.

Um fato aparentemente irrelevante, no entanto, lançou as sementes para a grande modificação por que passaria o sistema de comunicação do Senado na década de 90: a realização do primeiro concurso público para a contratação de jornalistas, cujo edital foi publicado ainda em 1989. Relatos dos candidatos aprovados demonstram que não era consenso entre os senadores que a contratação de jornalistas no quadro do Senado seria positiva para a instituição. Independentemente disso, em agosto de 1991, resolução²⁸ assinada pelo senador Mauro Benevides autorizava a reserva de dez vagas para analistas legislativos da área de comunicação social de “concurso já homologado”.

A partir daí, conta o jornalista Helival Rios, intensas conversações foram iniciadas não apenas junto aos senadores para forçar a contratação dos aprovados - mas também entre os jornalistas classificados – aproximação que resultou na elaboração de uma proposta para um novo formato da comunicação do Senado. A idéia, confirmada também pelo jornalista Flávio Mattos, era abandonar um modelo baseado na elaboração de matérias que se assemelhavam a atas e eram recebidas como notícias “chapa branca” pela mídia privada.

Ainda outro acontecimento ajudaria a acelerar as mudanças na comunicação do Senado: o desgaste da imagem parlamentar após as investigações da CPI do Orçamento ou como ficou popularizada a CPI dos Anões

²⁸ Resolução nº 33, de 1991 – Reserva no quadro do Senado dez vagas para analistas legislativos da área de Comunicação Social, a serem preenchidas por concurso público.

do Orçamento, que concluiu pela participação de deputados em esquemas de corrupção e desvio de recursos do orçamento. Uma das condições fundamentais da redemocratização, a liberdade de imprensa, trouxe para a cena política não apenas o desvelamento imprescindível das irregularidades e falcatruas praticadas por homens públicos, mas também a prática do chamado “denuncismo” jornalístico – que consiste na publicação de todo tipo de denúncia, exercício que naturalmente acaba resultando em exagero e na inevitável acusação indevida de autoridade pública, que posteriormente consegue provar sua inocência, mas não consegue recuperar sua imagem.

De qualquer modo, o Legislativo teve que enfrentar na seqüência do processo de Impeachment do presidente Fernando Collor de Mello, em 1992, de que havia saído como tendo cumprido seu papel fiscalizador, a desconfiança da sociedade diante de novos escândalos de corrupção. Com este quadro e após a realização de uma série de seminários programados pela própria SECS para levantar junto a publicitários, assessores e jornalistas da mídia privada soluções para melhorar a imagem que a sociedade tinha do Congresso foi que se desenhou o formato do novo modelo de comunicação do Senado que teve um crescimento extraordinário no período de 1994 a 1997.

É útil citar que um pouco antes, em 1993, uma solução técnica foi mentalizada para criação de um sistema de transmissão de áudio e imagens do Plenário por meio da rede interna de computadores do Senado. Para elaborar uma proposta de implantação do chamado sistema VIP (Voz e Imagem do Plenário), o Prodasen montou um grupo de trabalho que deveria prever tanto as necessidades de equipamento como os serviços que seriam disponibilizados. Esse sistema, que até hoje norteia a cobertura jornalística das atividades da Casa pelos jornalistas que estão no espaço do Senado, marcou também a imbricada relação e interdependência que se estabeleceria entre a informática e a comunicação social do Senado.

Em 1994, o nome da Agência Senado começa a aparecer nos cabeçalhos das matérias, e era criada, no âmbito do Serviço de Imprensa, a Seção de Informática e Transmissão que deveria “alimentar” o banco de dados do Prodasen com as notícias e enviá-las por meio de telex ou fac-símile²⁹ Além de usar, pela primeira vez, a expressão ‘eletrônicos’, o texto legal³⁰, que respaldava os novos serviços de imprensa, tornava explícita a obrigatoriedade dos jornalistas realizarem cobertura e elaboração de boletins diários. O documento expressa também a manutenção ainda da concepção de *marketing* que deveria nortear os serviços de comunicação da Casa, mas agora não mais dirigidos especificamente ao senador, mas sim à instituição e ao Poder Legislativo como um todo. Vejamos o artigo específico da lei:

“Art.3º - Ao Serviço de Imprensa compete providenciar a cobertura e elaboração de boletins noticiosos diários, para fins de divulgação em jornais, revistas, correios eletrônicos e órgãos afins de imprensa, sobre eventos ocorridos no âmbito do Senado Federal, nominadamente no Plenário, nas Comissões permanentes e temporárias, nos Gabinetes do Presidente e do Primeiro-Secretário e no atendimento a toda atividade senatorial que promova a instituição e o Poder Legislativo, bem como promover pesquisa voltada para identificar em jornais, e colecionar, o noticiário produzido pela Subsecretaria.”

3.6. O ano que marcou a nova comunicação do Senado

É claro que a montagem do atual sistema de comunicação do Senado Federal teve seus primórdios em anos anteriores e dentro de um processo não linear de avanços e recuos democráticos; aprimoramento tecnológico; consolidação da legislação concernente ao setor de imprensa e ainda de amadurecimento da prática política dos parlamentares e da sociedade. Mas, se aguçarmos o olhar, perceberemos que o ano de 1995 foi emblemático para a comunicação social do Senado e vamos rememorar-lo nessa perspectiva. Curiosamente, a melhor forma de pontuá-lo é a partir de um fato paralelo que

²⁹ Processos de 1995 da Primeira Secretaria do Senado explicitam contratos firmados com a Embratel para que a segunda prestasse serviço de fac-símile através de Redes de Comunicação de Dados – Datafax no valor de R\$ 96.000,00 para 12 meses de operação.

³⁰ Resolução nº 84, de 1994 – Altera a estrutura da Subsecretaria de Divulgação, criando a Seção de Informática e Transmissão no âmbito do Serviço de Imprensa.

guarda estreita relação com a formação da atual estrutura de comunicação da Casa. Ocupando a presidência da Casa, o senador José Sarney aprovou, em conjunto com a Comissão Diretora³¹, a criação de um grupo de trabalho destinado a mapear a estrutura administrativa de todas as áreas do Senado com vistas a implementar medidas de modernização, principalmente aquelas que pudessem imprimir eficiência e coibir os vícios do parasitismo no serviço público e na atividade legislativa. Das quatorze diretrizes, uma definia que as mudanças deveriam prever a possibilidade de “uso amplo da pesquisa, da informação e das redes de dados” para subsidiar o trabalho dos senadores. Alguns meses depois foi formada uma Assessoria Especial de Modernização, vinculada à presidência da Casa³², para definir e iniciar a implantação das medidas propostas pelo primeiro grupo.

Uma das conclusões estabelecia o espaço que a comunicação deveria ter na nova estrutura administrativa do Senado, coerentemente também com a percepção geral – constante na nova Constituição de 1988 – de que tal deveria ser coerente com um país que se redemocratizava. Assim, a recomendação era de que o serviço de comunicação do Senado fosse modernizado a fim de assumir seu “papel fundamental na divulgação dos trabalhos da Casa, pois o bom desempenho de suas funções é um dos requisitos para que o Senado retome a imagem de local de trabalho sério, condizente com as expectativas da sociedade.” Mais que isso, o relatório final da comissão indicava que a comunicação deveria incorporar a função de um dos vetores da recuperação da imagem institucional da Casa, e que este trabalho estaria a cargo da Secretaria de Comunicação Social. Interessante destacar trecho do documento em que o grupo faz uma análise dessa percepção:

No atual contexto político e sócio-econômico do país, caracterizado por uma série de mudanças que se avizinham, o Senado Federal tem uma atuação destacada que muitas vezes não chega ao conhecimento da

³¹ Ato nº 02, de 1995 – Cria grupo de trabalho para identificar a estrutura administrativa do Senado com vistas à modernização.

³² Ato nº 08, de 1995 – Constitui Assessoria Especial de Modernização para implementar medidas propostas pelo grupo de trabalho do Ato nº 02.

opinião pública. Como os jornais têm procurado noticiar apenas versões sensacionalistas, quase nunca condizentes com o que realmente ocorre no Legislativo, a Secretaria de Comunicação Social passa a ter um papel fundamental na divulgação dos trabalhos da Casa. O bom desempenho de suas funções vem a ser um dos requisitos para que o Senado retome a imagem de local de trabalho sério, condizente com as expectativas da sociedade. (Levantamento de dados e sugestões para subsidiar o Grupo de Trabalho de Reforma e Modernização do Senado Federal, 1995, 82).

Explorando um pouco mais o documento, podemos destacar a prioridade requerida para aquela atividade, por meio da renovação de seu quadro de profissionais, do reequipamento material e dos espaços físicos destinados ao setor. O texto do relatório também demonstra que estava sendo montada a estrutura para a “criação de um canal de TV a Cabo”, a TV Senado, para transmitir direto e ao vivo todas as atividades da Casa. Ainda está colocado, de maneira clara que naquele ano, de 1995, a SECS estruturava a Agência Senado para que esta “enviasse para os jornais, emissoras de rádio e televisão de todo o país, e em tempo real, notícias produzidas no Senado Federal” (1995,83).

No campo da tecnologia, inclusive, avançava a comissão ao solicitar a compra de oito (8) micros 486, com *Word for Windows*, bem como de dois (2) outros micros com o programa de editoração eletrônica *Pagemaker*, destinado exclusivamente aos serviços da Subsecretaria de Divulgação. Assim também solicitava equipamento fotográfico e de um sistema específico de gerenciamento para manuseio de arquivo de matérias de acesso em rede, além de um gerente de contas dedicado à SECS.

Esse e outros conselhos foram atendidos, pois em um período de dois anos foram criados oficialmente: a TV Senado (em junho de 1995), a Rádio Senado (em agosto de 1996), e o Jornal do Senado (em novembro de 1996). Na área da tecnologia, a Internet começava a se espalhar de maneira significativa pelo mundo e o presidente do Senado de então, senador José Sarney, instituiu uma comissão³³ para traçar uma política uniforme para a Casa sobre a divulgação de informações pela rede mundial de computadores.

³³ Ato do Presidente nº 55, de 1996 – Cria Comissão Permanente da Internet.

O princípio tecnológico pode continuar guiando nossas investigações se a intenção for demonstrar que a cada alteração significativa na tecnologia, percebe-se uma conseqüente mudança na estrutura e rotinas de comunicação do Senado. Essa é a posição do jornalista Chico Sant’Anna, para quem a lei da cabodifusão foi decisiva para o surgimento da atual estrutura, pois “permitiu a multiplicação dos canais legislativos em nível inédito no mundo”. Em sua avaliação, a partir da edição dessa lei³⁴ – que em seu artigo 23 determinava que tanto a Câmara quanto o Senado devesse dispor, pela operadora de TV à Cabo, canais gratuitos para transmissão de seus trabalhos ao vivo, em particular as sessões plenárias – que se possibilitou maior transparência do Poder Legislativo. Sant’Anna acredita que, desde então, tais canais passaram “a interferir na agenda temática rotineira, pautada de forma hegemônica pela mídia privada”, na *agenda setting* dos *newmakers* (observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/ipub050220031.htm, 2003, 1).

Um resumo informativo encaminhado à época aos senadores pela jornalista Marilena Chiarelli, que liderou a instalação da TV Senado, explicita a mesma visão:

Temos que nos lembrar que as sessões estarão ao vivo, para todo o país, o que implica numa enorme possibilidade de transparência para com o eleitor, tanto para o bem como para o mal. Por exemplo, quando um Parlamentar estiver dizendo algo indecoroso, como já aconteceu, não vai haver a possibilidade de se cortar o som, como a Mesa pode fazer agora: tudo estará indo ao ar (SECS, 1995, 03).

No mesmo documento, a jornalista informava detalhes técnicos e de conteúdo sobre a empreitada. Entre outros, o de que o sinal da TV não seria fechado, para permitir que outras emissoras e também os usuários de parabólicas – estimados em três milhões na época – pudessem sintonizar o sinal do Senado. Como a Casa não dispunha de fibras óticas suficientes, explicava ela que apenas as sessões do Plenário seriam transmitidas ao vivo, enquanto as das comissões seriam pré-gravadas. Chiarelli aproveitava para pedir que o Senado concedesse

³⁴ Lei nº 8.977, de 1995 – Dispõe sobre o Serviço de TV à Cabo (Lei de Cabodifusão) que permite a criação dos canais de TV do Poder Legislativo.

estrutura – de recursos humanos e logísticos – para o novo serviço que surgia como a “vitrine do Senado”. A confiança que a Casa depositava no novo instrumento era tão grande que em divulgação paga no Jornal do Brasil, em julho de 1996, a publicidade provocava: “Agora você pode criticar o Senado! Mas sabendo a verdade sobre o trabalho dos senadores. Basta ligar na operadora de TV a cabo da sua cidade”.

Política

Agora você pode criticar o Senado!
Mas sabendo a verdade sobre o trabalho dos senadores.
Basta ligar na operadora de TV a cabo da sua cidade.

Como funciona o Dia no Senado

ANAPURQUELO, canal 30, No. 44, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO CARLOS, canal 10, No. 10, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GONCALVES, canal 12, No. 12, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARQUES, canal 13, No. 13, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MOURA, canal 14, No. 14, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 15, No. 15, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 16, No. 16, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO TAVARES, canal 17, No. 17, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO VIEIRA, canal 18, No. 18, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ZANETTI, canal 19, No. 19, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ALVES, canal 20, No. 20, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 21, No. 21, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SOARES, canal 22, No. 22, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO COSTA, canal 23, No. 23, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO FERREIRA, canal 24, No. 24, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GOMES, canal 25, No. 25, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO LIMA, canal 26, No. 26, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARTINS, canal 27, No. 27, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 28, No. 28, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 29, No. 29, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 30, No. 30, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO TAVARES, canal 31, No. 31, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO VIEIRA, canal 32, No. 32, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ZANETTI, canal 33, No. 33, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ALVES, canal 34, No. 34, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 35, No. 35, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SOARES, canal 36, No. 36, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO COSTA, canal 37, No. 37, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO FERREIRA, canal 38, No. 38, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GOMES, canal 39, No. 39, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO LIMA, canal 40, No. 40, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARTINS, canal 41, No. 41, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 42, No. 42, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 43, No. 43, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 44, No. 44, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO TAVARES, canal 45, No. 45, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO VIEIRA, canal 46, No. 46, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ZANETTI, canal 47, No. 47, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ALVES, canal 48, No. 48, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 49, No. 49, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SOARES, canal 50, No. 50, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO COSTA, canal 51, No. 51, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO FERREIRA, canal 52, No. 52, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GOMES, canal 53, No. 53, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO LIMA, canal 54, No. 54, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARTINS, canal 55, No. 55, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 56, No. 56, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 57, No. 57, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 58, No. 58, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO TAVARES, canal 59, No. 59, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO VIEIRA, canal 60, No. 60, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ZANETTI, canal 61, No. 61, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ALVES, canal 62, No. 62, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 63, No. 63, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SOARES, canal 64, No. 64, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO COSTA, canal 65, No. 65, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO FERREIRA, canal 66, No. 66, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GOMES, canal 67, No. 67, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO LIMA, canal 68, No. 68, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARTINS, canal 69, No. 69, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 70, No. 70, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 71, No. 71, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 72, No. 72, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO TAVARES, canal 73, No. 73, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO VIEIRA, canal 74, No. 74, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ZANETTI, canal 75, No. 75, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ALVES, canal 76, No. 76, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 77, No. 77, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SOARES, canal 78, No. 78, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO COSTA, canal 79, No. 79, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO FERREIRA, canal 80, No. 80, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GOMES, canal 81, No. 81, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO LIMA, canal 82, No. 82, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARTINS, canal 83, No. 83, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 84, No. 84, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 85, No. 85, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 86, No. 86, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO TAVARES, canal 87, No. 87, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO VIEIRA, canal 88, No. 88, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ZANETTI, canal 89, No. 89, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO ALVES, canal 90, No. 90, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 91, No. 91, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SOARES, canal 92, No. 92, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO COSTA, canal 93, No. 93, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO FERREIRA, canal 94, No. 94, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO GOMES, canal 95, No. 95, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO LIMA, canal 96, No. 96, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO MARTINS, canal 97, No. 97, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO OLIVEIRA, canal 98, No. 98, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO PEREIRA, canal 99, No. 99, Rio de Janeiro - RJ
 ANTONIO SILVA, canal 100, No. 100, Rio de Janeiro - RJ

COMO VOTAR

- 1 - Todo o processo manual de preparação do letrados para receber o voto de cada eleitor é feito pelo sistema. Fato isso, o eleitor tem apenas que digitar seu voto.
- 2 - É necessário saber de antemão em quem votar, e qual o número dos candidatos a prefeito e a vereador. Quem quiser receber o voto com o número de seus candidatos.
- 3 - Primeiro, veja se no prefácio há o digitar o número do candidato. Feito isso, aponte na tela para o número do candidato e sua foto.
- 4 - Se estiver errado, o eleitor deve pressionar a tecla vermelha onde está escrito "corrigir", e depois digitar o número correto.
- 5 - Quando o voto estiver certo, é só pressionar a tecla verde, onde está escrito "confirma", e o voto estará dado.
- 6 - Para anular o voto, basta digitar um número inválido. Caso o eleitor digite um número errado e ainda assim confirmar o voto, também será considerado válido.
- 7 - Também há uma tecla para o voto em branco, com a palavra "branco" escrita.
- 8 - As outras teclas são a tecla de escape e a tecla de confirmação.
- 9 - O mesmo procedimento deve ser seguido para votar no candidato a vereador. Depois, é só voltar ao início e fazer o procedimento de voto.

Caixa-forte

Semanas antes de morrer, Paulo César Farias disse a um conhecido amigo de Alagoas que mantinha Fernando Collor sob seu controle. Continuava funcionando como seu caixa-forte. A frase de PC para o assinante foi a seguinte: "Fernando está com-

... na minha mão feito uma galinha". Disse isso batendo a mão direita em concha.

... O que o rico senhor não sabe informar é se do dia dessa conversa até a data da morte havia sido feita alguma divisão de patrimônio entre os dois.

Figura 12 – Reprodução de edição do Jornal do Brasil, em julho de 1996.

Dois documentos de origem administrativa evidenciam a existência de um espírito de reformulação na SECS em 1995. Um deles, encaminhado pelo diretor da Secretaria de Comunicação Social da época, João Orlando Barbosa Gonçalves – o Gueguê – ao presidente do Senado, senador José Sarney, tecia um longo relato sobre a importância da divulgação das atividades do Senado, ao tempo em que explicava os vários serviços produzidos por seu setor. Nesse documento, o diretor citava o boletim impresso diário – denominado “O Dia no Senado” – e distribuído via fax para os principais jornais e emissoras de televisão de todo o país, sendo esse material também a base de alimentação do STM-400 da Embratel para os cerca de 14.000 usuários de microcomputadores do país. Em outro documento, este assinado pelo então diretor da Subsecretaria de Divulgação, o jornalista Helival Rios, estava indicada a necessidade de criação de

novas funções comissionadas para retribuição das tarefas que surgiam para execução dos novos projetos, entre elas, algumas para a Agência de Notícias, responsável pelo “O Dia no Senado”.

Antes de seguir a trajetória histórica que aqui se quer identificar, é preciso detalhar ainda outro acontecimento que marcou o ano de 1995, já citado, e que talvez tenha sido o grande coletor das idéias, métodos e tecnologias que cercavam o feito de criação do sistema de comunicação da Casa: a iniciativa de realização de uma série de seminários no âmbito do Senado para discutir marketing e comunicação. Compilada em um livro editado pelo próprio Senado cinco anos depois (1999), os debates acontecidos nos meses de abril, maio e junho daquele ano, reuniram especialistas em marketing e publicidade, jornalistas da Casa e da imprensa privada, assessores de imprensa e senadores, no seminário intitulado *Marketing político e comunicação – O Senado e a opinião pública*. O evento foi promovido pela própria SECS, que à época era dirigida por Fernando César Mesquita. Apesar de o título do seminário remeter à antiga visão de necessidade de construção de uma boa imagem da instituição com vistas à formação da opinião pública, as discussões foram pautadas por uma diretriz que espelhava o ideal semeado pela redemocratização do Brasil e fomentado pela nova Constituição: de realização de uma comunicação a serviço da cidadania – título do texto de apresentação do compêndio. Dizia mais ao pregar que “a possibilidade de que qualquer pessoa possa conferir diretamente na fonte, ‘ao vivo’, a atividade parlamentar, é fator de aprimoramento do sistema democrático e do processo legislativo, uma vez que esse acompanhamento induz a uma maior qualidade das decisões políticas” (SECS, 1999, 9).

Os publicitários Mauro Salles e Nizan Guanaes, o professor da Universidade de São Paulo Gaudêncio Torquato, e o diretor, à época, do Instituto de Pesquisa Vox Populi João Francisco Meira trabalharam, em suas palestras, temas relacionados com a imagem que a sociedade tinha dos políticos em 1995. Mas algumas manifestações demonstram também o pensamento daquele momento em relação ao novo sistema de comunicação que se montava. É

relevante, para este trabalho, que destaquemos algumas manifestações daqueles encontros.

Boa imagem é essencial à manutenção e aos avanços de quaisquer titulares de instituições... Há uma certa perplexidade da opinião pública com a sensação de que o Senado também age corporativamente. A Casa às vezes se esquece da sua missão nacional e política, da sua postura de representante dos estados, equalitariamente, para defender privilégios que só interessam aos senadores ou a seu quadro funcional... Na verdade, o Senado tem bases para uma boa e nova imagem. E como fazemos? Primeiro não pensar que a imagem de hoje vai ser corrigida nas 48 horas seguintes. Segundo definir prioridades..É muito importante que o Senado tenha instalações de vídeo, para serem operados e colocados a serviço da sua comunicação. O Senado não tem de substituir a televisão, mas pode fazer um trabalho acessório ao desenvolvido pela televisão (SECS, 1999, 29 – 31).

Também é interessante a opinião do professor Torquato, principalmente pelo fato de ele chamar a atenção para a questão de que a uma imagem ruim realmente só pode ser recuperada pelo trabalho e não por artifícios de publicidade:

Como já frisei, há um imenso vazio entre o Parlamento e a sociedade. E este marketing precisa se valer de fatos concretos, como trabalho dos parlamentares, a aprovação de matérias, a limpeza das pautas, a dedicação às comissões técnicas, a acuidade nos pareceres, a presença forte no Plenário, a preocupação em discutir profundamente as matérias. Eu sinto que o Congresso Nacional, agora, está assumindo esta postura. Mas a sociedade ainda não o vê assim. Por isso mesmo, urge fazer o marketing institucional... É preciso resgatar a imagem do Parlamento e do parlamentar. Será muito ruim para o país a massificação do conceito de que 'político não presta, só faz tirar proveito'. Esse pensamento acaba contaminando a imagem da própria instituição política (SECS, 1999, 67).

E falou também sobre a relação do Congresso com a mídia privada:

A mídia brasileira tem dado muita vazão ao discurso oposicionista, porque a crítica abre mais espaço do que o elogio. A mídia trabalha mais com a negatividade, a inovação, a revolta, a rebeldia. Portanto a contrariedade tem mais ressonância que a conformidade. O clima negativo amplificado pela imprensa contamina o tecido social. Forma-se um processo de metástase, que se alastra via comunicação, afetando inclusive a política (SECS, 1999, 61).

Também o publicitário Nizan Guanaes defendeu a idéia de que o Senado deveria melhorar a qualidade de sua atuação para poder melhorar sua imagem:

O que aconteceu nos anos anteriores é que havia não um problema de comunicação, mas um problema de produto, ou seja, acho que há uma melhora neste Congresso substancial... Acho que a grande melhoria – e ela já é sentida – é que hoje – não falo como publicitário, falo como leigo – o Congresso está trabalhando mais, produzindo mais, que há um sentimento geral de que há forças contrárias que se respeitam... O que eu sinto, às vezes, na comunicação oficial é que, talvez, ela seja muito oficial. E comunicação não é para ser oficial, ela tem que ser popular... Seria muito bom – e parece que já vai acontecer isso – que, através de um canal a cabo, se pudesse ligar e ver as votações, e participar dos pronunciamentos. (SECS, 1999, 249-50)

Na mesma linha, João Francisco Meira avaliou que seria fundamental um esforço dos senadores para comparecer e votar mais se quisessem melhorar sua imagem. Mas disse também que avaliava positivamente a iniciativa de implantação de um canal de TV dedicado ao Senado, pois considerava “importante dar ao eleitor a oportunidade de ver” (SECS, 1999, 218).

A participação dos senadores nos seminários é outro indicativo do interesse que a iniciativa despertou. Entre eles, vários debateram com os palestrantes, já expondo suas posições sobre o surgimento da TV Senado e sobre a imagem negativa do Congresso. Em sua fala, o senador Lúcio Alcântara, do Ceará, criticou o fato de a mídia privada tratar os assuntos do Legislativo com a “tônica da superficialidade”, e reclamou das situações em que a imprensa não atuava com “isenção” quando tratava de assuntos do Congresso. Em sua opinião também, o Congresso não reagia para se defender, e quando o fazia, “fazia mal”. Assim, concluía o senador, era “o Congresso julgado muito mais pelo que deixava de fazer do que pelo que faz”. E enfatizava: “quero ser avaliado, julgado, criticado, desde que isso seja feito de maneira isenta, em função de meu próprio desempenho e do meu próprio comportamento como parlamentar.” (SECS, 1999, 85).

Em direção similar, os senadores Romeu Tuma e Eduardo Suplicy, ambos de São Paulo e o ex-senador João Calmon, do Espírito Santo, defendiam a necessidade de divulgação dos trabalhos do Senado. Para Tuma, o político sofria, naquele momento, um fenômeno de distorção de sua imagem pela mídia, mas advertia, ao mesmo tempo, que, em havendo a divulgação dos trabalhos

legislativos, não ocorresse de se deixar de apurar atos indecorosos que trouxessem uma má imagem ao Congresso. João Calmon, por sua vez, alertava para que, se algo não fosse feito rapidamente para recuperação da imagem dos políticos, estes estariam, em pouco tempo, sendo “abordados nas ruas”. Ele apoiava a transmissão pela TV das sessões do Senado, como já ocorria no Senado norte-americano. (1999, 82-3). Suplicy era mais um senador a apoiar a transmissão direta e a qualquer momento das coisas que se passavam no Congresso e via assim pelo “direito que tem o cidadão de saber o que os seus representantes estão fazendo” e também pela relevância do trabalho do Legislativo federal. (SECS, 1999, 41).

Ainda um terceiro grupo participante deve receber referência neste apanhado: o dos jornalistas, tanto da imprensa particular, quanto da comunicação do Senado – visto que naquele ano já existiam jornalistas concursados do quadro permanente da Casa. Alguns profissionais da mídia privada questionavam, principalmente, se a estrutura de comunicação do Senado, no caso a TV, teria independência, “ou a distribuição de poder, que é de fato desigual dentro do Senado, ia continuar e ia passar pela televisão?”, como provocou o jornalista João Carlos Fontoura. Outra jornalista, Terezinha Lopes, temia o desemprego para a categoria no que dizia respeito à cobertura do Senado, já que a TV Senado talvez acabasse ‘substituindo’ a função do repórter setorizado do Congresso.

Um tipo de manifestação, concretizada pelo jornalista Neri Victor, do Correio Braziliense, admitia o número insuficiente de jornalistas que seu veículo disponibilizava para a cobertura de todos os fatos do Congresso: “Não temos sequer a possibilidade de ter esses repórteres setorizados dentro do Congresso Nacional”. Ele também reconhecia outro aspecto da cobertura da imprensa particular: “A cobertura tem melhorado sim, tem melhorado bastante. Mas não vou dizer que é perfeito, porque o jornal é do dono. Atrás do jornal há um empresário; os jornais são da iniciativa privada. Há certo controle do dono”. Já Rubem Azevedo Lima, que presidia o Comitê de Imprensa do Senado à época, recomendava que a linha de atuação da Comunicação do Senado fosse mais

direcionada aos interesses dos estados e feita no sentido de pautar a outra mídia, com informação disponibilizada com antecedência sobre os futuros eventos legislativos: votações, discursos, agendas, dentro do verdadeiro escopo, ao que parece, da *agenda setting*.

Essa, aliás, parece ter sido uma das motivações para a montagem do sistema. Segundo o secretário de Comunicação do Senado naquele período, Fernando César Mesquita, entre as tarefas do sistema, estaria a de “antecipar a informação”. Ele também descartou vários dos receios manifestados durante o seminário, como o de que os serviços iam causar o desemprego, ou de que as coberturas seriam manipuladas para prejudicar um ou outro, ou ainda, que a responsabilidade por resgatar a imagem arranhada da instituição estaria a cargo da comunicação social.

O Congresso reflete a sociedade brasileira. Nunca haverá um Congresso elitizado; haverá sempre um Congresso que reflete as pessoas analfabetas; as pessoas de média educação e de baixo nível cultural. Haverá sempre um amplo espectro do que é a sociedade brasileira. Então poder-se-á tentar melhorar a imagem do Congresso até certo ponto, porque há coisas que não se podem esconder. Não se pode impedir que um deputado ou um senador tenha um determinado comportamento, que está embutido em sua bagagem cultural e moral. (SECS, 1999, 127).

Fernando César garantiu que a nova estrutura que se formava – lembrando o crescimento do Jornal do Senado, os trabalhos da Agência Senado e da Rádio Senado e a futura TV Senado – apenas estavam refletindo as modernizações que o Senado foi forçado a implementar após a Constituição de 1988. “A comunicação reflete essa mudança. Revela a ação do senador, que é nosso produto, juntamente com a atividade institucional do Senado. Se é boa, temos qualidade; se é má, não podemos inventar”, (SECS, 1999, 133). O secretário acreditava, em suas palavras, que poderia o sistema auxiliar na divulgação de uma imagem mais justa do Senado.

O que estamos começando aqui... é um processo de diálogo e debate, um processo de abertura e de conhecimento em busca do caminho adequado para que o Congresso e o Senado, especificamente, possa fazer com que o trabalho dos senadores tenha um sentido maior – faz

parte do processo democrático – possa ser conhecido e divulgado. Na medida em que as imagens do Congresso e do Senado melhoram, a imagem do senador também, que é o sujeito ativo deste processo. (SECS, 1999, 194).

Fernando César assegurava também que não havia nenhuma vontade de se criar outro DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda criado em 1939), mas somente de “procurar ocupar os espaços que estão disponíveis para divulgar os trabalhos dos senadores”. Neste aspecto, outras duas opiniões, de diretores da SECS, também suscitam registro. A do jornalista Helival Rios, que afirmava que a intenção da comunicação do Senado não era fazer concorrência aos demais jornais, mas complementar o trabalho dos repórteres dos jornais que não podiam cobrir todos os eventos do Senado. E a outra, da jornalista Marilena Chiarelli, que explicava que as transmissões ao vivo do Senado tinham um propósito: “...para não haver muita interferência e para que o povo realmente possa acompanhar os trabalhos do Senado, do seu parlamentar” (SECS, 1999, 105).

As mudanças conceituais, que também norteariam a montagem desse e de outros sistemas de comunicação oficial, foram tão sintomáticas que, no ano de 1996, também o Executivo decidiu renovar toda a sua estrutura de comunicação, definindo um caráter mais democrático para suas atividades. Assim, em decreto³⁵ decidia o governo que sua comunicação social deveria “disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diferentes segmentos sociais e também estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do País”. Ao mesmo tempo, proibia na letra da lei que fosse feita “a publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de autoridade ou de servidor público”. De lá para cá, a Radiobrás, exponencial do sistema de comunicação do governo, seguiu as linhas traçadas naquele momento.

³⁵ Decreto nº 2004, de 1996 – Dispõe sobre a comunicação social do Poder Executivo Federal.

Finalmente, em janeiro de 1997, o nome Agência Senado aparece oficial e formalmente pela primeira vez na legislação ³⁶ do Senado, para denominar um serviço de divulgação noticiosa, a ser realizado em tempo real e por meio de redes informatizadas, destinado ao público interno, entre eles os senadores, e aos demais veículos de imprensa. Ainda não se pensava que a Internet e seu poder disseminador seriam capazes de iniciar um processo de eliminação de barreiras entre a notícia do Senado e a sociedade em geral. Mas outra ação, materializada por ato³⁷ do diretor da SECS cria o Conselho Editorial e Administrativo da Secretaria, demonstra que havia a percepção do incremento que o setor teria nos próximos anos. O Conselho deveria ter o papel de padronizar a programação, discutir linha editorial e ainda definir um *ombudsman* para avaliar a qualidade dos serviços de comunicação da Casa.

Também vale registrar que, entre os achados documentais, existem alguns a indicar que, em 1997, mesmo que já estivessem operando normalmente os atuais veículos de comunicação do Senado – com a finalidade exclusiva de promover a difusão dos trabalhos legislativos – a credibilidade quanto ao alcance e a eficiência desse serviço não constituía unanimidade para a Casa. Isso é o que demonstra ato administrativo, editado em 1997, designando servidores como gestores de contrato com a empresa Opus 108 Comunicação Ltda., para que esta se encarregasse da publicação de matérias de interesse do Senado em jornais de grande circulação no Distrito Federal, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Recurso similar, também utilizado em 1997, mas que não envolvia despesa para o Senado, residia em solicitar, formalmente, aos assessores de imprensa dos senadores, que encaminhassem para a SECS *press-releases* sobre outras atividades dos senadores – visitas, audiências, participações em eventos – que não as exercidas em Plenário e comissões (o que já era coberto pela Agência Senado). Este segundo caso parece simbolizar que existiam duas outras características presentes: escassez de repórteres do quadro de carreira do Senado e a

³⁶ Resolução nº 09, de 1997 – Altera o Regulamento Administrativo do Senado, oficializando a existência da Agência Senado.

³⁷ Ato do Diretor da Secretaria de Comunicação Social.

permanência, ainda que mais tênue, de necessidade de cobertura jornalística personalista (dirigida aos senadores) e não voltada para a instituição.

Na verdade, a história cuidou de registrar, com ampla cobertura da imprensa e em documentos internos do Senado, ao menos um caso que denota não ser exclusividade da imprensa privada o embate entre a liberdade jornalística e o exercício do Poder. Na tarde de 26 de agosto do ano de 1982, o senador pelo Espírito Santo, Dirceu Cardoso, do PMDB, protagonizou lamentável episódio que comprova essa delicada relação. O trecho abaixo foi publicado no jornal “O Estado de São Paulo”:

...depois de reclamar em Plenário contra o programa “Voz do Brasil”, (Dirceu Cardoso) subiu ao 15° andar do prédio anexo ao Senado e agrediu fisicamente dois jornalistas que trabalham no serviço de divulgação da Casa, arrancando com violência o suspensório de um deles para, depois, exigir a veiculação naquele noticiário de uma nota com as palavras do seu agrado, sobre um atentado de que quase foi vítima durante um comício do PMDB em Ecoporanga, no interior do Espírito Santo. Irritado com a forma jornalística do relato, Cardoso chegou à Secretaria de Divulgação e, aos gritos, indagou quem havia redigido o noticiário da véspera. Em seguida, partiu para a agressão, segurando o diretor da Subsecretaria de Divulgação, João Orlando Barbosa Gonçalves, que ficou sem os suspensórios. O redator encarregado do programa “Voz do Brasil”, Paulo Neves, apresentou-se ao senador, mas também foi agredido. Cardoso protestava contra o noticiário sobre o seu discurso da véspera porque, conforme relatou, queria que a redação usasse o texto manuscrito que para ali enviara. Quando soube que a redação resolvera dar forma jornalística mais adequada, como ocorre com os registros de todos os discursos, o senador enfureceu-se e passou a dirigir desaforos aos redatores ali presentes. (publicado em 27/08/82).

O longo trecho corresponde a apenas um terço do total da matéria, tendo o assunto merecido espaço semelhante, com fotos do incidente em todos os jornais nacionais e em vários regionais. Todos, invariavelmente, expondo a atuação arbitrária do senador. Presidia a Casa o senador Jarbas Passarinho, que manifestou em carta sua confiança ao jornalista, e mandou abrir inquérito sobre o caso. O jornalista tratou de se defender, mostrando o óbvio da agressão que sofrera e demonstrando que o critério que guiava as matérias era jornalístico e de ordem técnica – já que o programa Voz do Brasil era curto para caber todos os discursos dos senadores. O senador, por sua vez, fez ataques individuais,

alegando que apenas havia se exaltado por não receber o tratamento devido pelos jornalistas da Casa. Abaixo, sua defesa publicada no Jornal de Brasília, poucos dias depois do ocorrido:

Nunca reclamei contra o que não disse. Sempre reclamo pelo que deixa o serviço de divulgar como minha manifestação... Os chefes da Voz do Brasil se sentem no direito de limitar ou de interpretar as palavras dos senadores, porque estão acima de nós, por defeito da organização da Casa. E, sobretudo porque percebem bem mais do que qualquer senador. (publicado em 31/08/82).

10 Edição de S. Paulo 27/8/82



Senadores contêm Cardoso quando agredia o diretor da Casa

Cardoso muda notícia e agride dois jornalistas

Da sucursal de BRASÍLIA

O senador Dirceu Cardoso (PMDB-820), depois de reclamar, em plêniário contra o programa "Voz do Brasil", saiu ontem ao 1.º andar do prédio anexo ao Senado e agrediu fisicamente dois jornalistas que trabalham no serviço de divulgação da Casa, arrancando com violência o suspiro de um deles para, depois, exigir a veiculação naquela noticiário de uma nota com as palavras do seu agrado, sobre um atendimento de que quase foi vítima durante um comício do PMDB em Ecoporanga, no interior do Espírito Santo.

Irritado com a forma jornalística do relato, Cardoso chegou à Secretaria de Divulgação e, aos gritos, indagou quem havia redigido o noticiário da véspera. Em seguida, partiu para a agressão, segurando o diretor da Subsecretaria de Divulgação, João Orlando Barbosa Gonçalves, que ficou sem os suspensórios. O redator encarregado do programa "Voz do Brasil", Paulo Neves, apressou-se ao senador, mas também foi agredido.

Cardoso protestava contra o noticiário sobre o seu discurso da véspera porque, conforme relatou, queria que a redação usasse o texto manuscrito que para ali enviara. Quando soube que a redação preferia dar forma jornalística mais adequada, como ocorre com os registros de todos os discursos, o senador entendeu-se e passou a dirigir ataques aos redatores ali presentes.

O presidente em exercício do Senado, Páguas Porto (PPS-SB), dirigiu-se ao 1.º andar e logo depois chegavam também os senadores José Francisco (PMDB-MS) e Henrique Santillo (GO), líder em exercício do PMDB.

Páguas Porto, instruído dos acontecimentos, tentou acalmar o senador, mas acabou sendo agredido verbalmente. O inconformado parlamentar queria, a todo custo, "ler e aprovar" a nota preparada para a "Voz do Brasil". Hou-

ve novos incidentes, quando o diretor Barbosa Gonçalves informou que entregaria a nota apenas ao presidente do Senado. Porto, de posse da nota, procurou acalmá-lo, mas os gritos, assegurando que Dirceu leia o noticiário, com o qual concordava, pedindo apenas que fosse suprimido o parágrafo final. Dirceu aparentemente, no entanto, Dirceu Cardoso se acalmara: num ímpeto e depois de ouvir de Páguas Porto a informação de que a supressão do parágrafo representava que tudo estava bem, Dirceu Cardoso reagiu a lauda, com todas as cópias, até mesmo as folhas de carbonô e censurou o presidente: "Mas, senhor presidente, onde está a sua autoridade? O senhor deve tomar providências aqui, imediatamente..."

NOVA VERSÃO

Por fim, o redator da "Voz do Brasil" rescreveu a nota destruída por Cardoso, mas, já a essa altura, o senador não concordou com as palavras que lia. E, agressivamente, mudou o texto, alterando-lhe apenas a ordem alfabética, do que resultou nova nota, agora sem características de estilo de jornal.

Quando, finalmente, Páguas Porto, Santillo e Frangeli conseguiram convencer Cardoso a se retirar, foi servido um cafézinho a todos eles. Mas o senador do Espírito Santo, de pronto, recusou, dizendo que "tinha veneno no café".

Aí, repetiu muitas das palavras que dissera ao chegar à redação da "Voz do Brasil", inclusive a frase: "Eu aqui devia passar a faca em alguém."

INQUÉRITO

Os incidentes de ontem serão relatados em ofício circunstanciado do jornalista Barbosa Gonçalves ao presidente do Senado. O artigo 28 do regulamento prevê a abertura de inquérito para o caso de algum senador praticar, dentro do edifício, ato passível de repressão. O resultado do inquérito será, após, submetido ao plêniário, que decidirá sobre o caso em sentido secreto.

Figura 13 – Extrato de edição de *O Estado de São Paulo* de agosto de 1982.

Esse também foi o tom utilizado por Dirceu Cardoso ao reclamar dos jornalistas da Casa na tribuna do Senado. Além de desqualificar o serviço, ele alegava que ali existiam “15 ou 20 funcionários que fazem 150 linhas, depois das 17h30 até as 19h30, 150 linhas para sair na *Voz do Brasil*, linhas decalcadas do serviço taquigráfico do Senado Federal. Não sai nada da cabeça deles” (Discurso em 01/09/82).

Todo o episódio, porém, não resultou em nenhuma medida efetiva: os serviços e a atuação dos jornalistas não foram questionados pela Casa e a atitude do senador também não lhe rendeu nenhuma punição. O inquérito foi arquivado e, até por sugestão do senador Passos Porto, também capixaba, e que presidia a sessão na hora do incidente, “o fato deveria ser esquecido”. De qualquer maneira, serve o episódio para ilustrar a visão que muitos parlamentares sempre tiveram da função que um serviço de comunicação oficial deveria ter: a de apenas transcrever para a mídia externa o pensamento e falas dos parlamentares, sem a aplicação de critérios jornalísticos e editoriais na escolha do material.

A questão parece estar incrustada na relação da comunicação social privada ou institucional e o exercício do poder político, pois vinte anos depois, em 2002, e ainda que nesse meio tempo tenha havido uma total reestruturação do sistema de comunicação do Senado, foram necessárias novas ações para tentar amenizar os atritos. Entre elas, a edição de um novo ato da Comissão Diretora³⁸, tratando de disciplinar o funcionamento e a utilização dos veículos. Nele fica explícito, em parágrafo único, do capítulo das Disposições Comuns, que “os senadores receberão tratamento equânime por parte dos veículos de comunicação da Casa” e que os textos seguirão regras e normas de Manuais de Redação criados pelos próprios veículos. Por outro lado, proíbe que as atividades internas dos partidos políticos, ainda que ocorridos nos ambientes do Congresso, recebam cobertura da SECS. Define ainda que as coberturas externas devam obedecer a critérios institucionais e as condições técnicas dos veículos - preceito

³⁸ Ato nº 15, de 2002, da Comissão Diretora – Disciplina os objetivos, a utilização e o funcionamento dos veículos de comunicação do Senado Federal.

que respalda as negativas para acompanhamento dos senadores em suas atividades individuais externas, mesmo que no exercício do mandato, tais como visitas aos ministérios, seminários etc. Finalmente, prevê punição, na forma da legislação em vigor, do uso indevido da estrutura e dos equipamentos para os quais os serviços e os veículos foram criados. Esta última representando uma proteção legal contra o desvio ou uso pessoal, como elaboração de campanhas eleitorais, por parlamentar ou funcionário, de bens e serviços públicos da citada estrutura.

Nos dez anos que se seguiram ao ano de 1996 – ano em que ocorreu a implantação definitiva de todos os quatro veículos de comunicação do Senado –, o prestígio que o setor adquiriu no contexto da estrutura, do funcionamento e da construção da imagem do Senado junto à sociedade, acompanharia o ritmo acelerado das mudanças que ocorriam no mundo, principalmente nos campos das ideologias e da tecnologia. As alterações nas técnicas de difusão ocorreram com tamanha rapidez e intensidade, que antes que uma tecnologia – como a da TV à Cabo - fosse totalmente assimilada pela população – outra, a TV Digital, ensaia seus passos no país, sendo previsto que até o final do ano de 2007 esteja a TV Senado já inserida no novo sistema.

Assim também a Internet, como já mencionado, assumiu destaque crescente. Em 2004, a Casa providenciou uma legislação³⁹ específica para regular a estrutura, a elaboração, e a administração do sítio do Senado Federal na Internet. Tal medida visava, entre outros objetivos, realizar a interatividade (termo que caracteriza um novo conceito na comunicação social) entre os senadores e a sociedade, tornando mais transparentes e acessíveis ao grande público as informações sobre as atividades da Casa. Além da Agência Senado, cujo uso da Internet é peculiar ao serviço que presta no contexto da Secretaria Especial de Comunicação Social do Senado, todos os demais veículos – Rádio, Jornal e TV – possuem páginas eletrônicas com o principal de suas produções na Internet.

³⁹ Ato nº 11 da Comissão Diretora, de 2004 – Dispõe sobre a estruturação, a elaboração, a manutenção e a administração do sítio do Senado Federal na Internet.

Situações que comprovam esse crescimento da atividade de comunicação e da força da tecnologia serão demonstradas no capítulo seguinte, quando se pretende detalhar o atual funcionamento e a abrangência da Agência Senado.

4. Uma agência só para o Senado

Estudar parte do sistema para tentar apreender o todo é sempre tarefa arriscada, pois o todo guarda peculiaridades perceptíveis somente na análise das relações que se estabelecem dentro do conjunto. Assim é que, a partir deste ponto da pesquisa, ao voltarmos o olhar especificamente para a Agência Senado – estrutura, funcionamento –, estaremos incorrendo em um reducionismo do que hoje representa o sistema de comunicação do Senado. Por outro lado, detalhes relevantes, especialmente os que aqui nos interessam, e que dizem respeito ao efeito da tecnologia na capacidade de divulgação de um veículo de comunicação institucional, somente podem ser desvelados com a particularização da análise. A escolha da Agência Senado, portanto, para ilustrar como funciona o sistema de comunicação do Senado, não é aleatória. Ela visa demonstrar como a instituição utiliza um dos mais avançados recursos tecnológicos – a rede mundial de computadores – para realizar sua divulgação.

Com a finalidade de identificação dos elementos já trabalhados até aqui, será feita uma radiografia da Agência Senado. Três informações vão nos interessar: o que faz a Agência, como faz e quem trabalha na Agência Senado? Também importa anotar que, apesar de o aspecto histórico já ter sido explorado anteriormente, será inicialmente retomado para destacar as diversas fases de formação da atual estrutura deste veículo. Alguns outros dados colhidos provêm de três fontes distintas, resultantes de pesquisas recentes. Duas delas são relatórios de levantamentos sobre condições de trabalho no veículo estudado, sendo que uma foi desenvolvida pela Profa. Dra. Ana Magnólia Mendes, do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho da Universidade de Brasília, voltada para todo o sistema da Secretaria Especial de Comunicação Social, em

dezembro de 2006. O outro relatório foi preparado pela Secretaria de Recursos Humanos do Senado Federal, por meio do Serviço de Qualidade de Vida e Reabilitação Funcional, em março de 2007, com foco apenas no ambiente da Agência Senado. O terceiro estudo integra tese de doutoramento, do jornalista Chico Sant'Anna, cuja fase de pesquisa específica junto a SECS ocorreu em 2005, onde ele examinou "As rotinas dos *newsmakers* do Senado Federal".

Assim, começemos por recapitular, rapidamente, os primórdios da Agência Senado. É constatação, de acordo com relatos colhidos junto aos jornalistas que participaram dos primeiros tempos do atual sistema da SECS, que os serviços e produtos de todos os veículos de comunicação surgiram, na prática, sempre antes da publicação de um ato formal de reconhecimento de sua existência. A Agência parece ter sido o caso mais exemplar desta situação. Pelos documentos, fica patente que os serviços correspondentes aos de uma agência de notícias e de transmissão radiofônica foram os primeiros a ser instalados dentro da estrutura da instituição. E isso tem sua explicação no fato de que, ainda que em tempos anteriores já existisse a noção de que o Senado deveria organizar a distribuição de notícias sobre suas atividades para a imprensa, apenas a partir de 1962, já em Brasília, começam a se formar estruturas rústicas de comunicação próprias do Legislativo. Tal se deu por causa da entrada do Congresso no programa *A Voz do Brasil*, o que forçou a criação do Serviço de Radiodifusão do Senado. Ali eram produzidos, em máquinas de escrever manuais, os textos que iriam suprir o programa de rádio.

De acordo com descrição feita por José do Carmo Andrade – o Duque –, que foi chefe da Seção de Redação e dirigiu a Agência Senado de 1982 a 1997 -, já na década de 70, "contando com uma reduzida equipe de jornalistas profissionais, a seção de redação atuava como uma verdadeira agência", pois não apenas produzia como também disponibilizava para os jornalistas do Comitê de Imprensa, e para as redações de jornais e emissoras de rádio e de televisão, o noticiário dos pronunciamentos, discussões e decisões dos Plenários da Casa e do Congresso Nacional, e também os trabalhos das comissões. Ele é enfático ao afirmar que, mesmo em anos de ditadura, o material "produzido procurava relatar

com a maior fidelidade os fatos ocorridos nas várias instâncias da Casa, não importando se eram do agrado ou não do governo”. Os textos eram ainda produzidos em máquinas manuais de escrever, mas a transmissão já ocorria através do Telex.

Duque conta que a censura à imprensa, imposta pela ditadura, causou o desemprego de vários jornalistas, o que forçou um uso mais freqüente pelos jornais do noticiário produzido pelo Senado, “já que esses relatos, além de serem considerados de boa qualidade, não seriam alvos, segundo se supunha, de censura prévia, como se tivessem um carimbo de *imprimátur* aposto pelas autoridades do regime”. A qualidade dos textos do serviço de imprensa do Senado era considerada tão boa, acrescenta o jornalista, que ao final da década de 70, reportagem do Jornal do Brasil, avaliava esse noticiário como “o melhor entre os produzidos por órgão público”.

Relevante também é seu testemunho de que as notícias produzidas com base nos discursos dos senadores, tanto os que apoiavam o regime militar, quanto os opositores, não sofriam “censura, externa ou interna”, e deviam primar pela isenção. O relato é o mesmo feito pela filha de GueGuê, Rosa Maria Gonçalves Vasconcelos, também funcionária do Senado, que afirma que, apesar de o noticiário político ter sido “compulsoriamente reduzido e sistematicamente esvaziado na década de 70, umas das poucas vozes era a *Voz do Brasil*”. Segundo ela, alguns jornais somente noticiavam sobre desaparecidos políticos quando a denúncia partia de parlamentares em discursos. Este não era, obviamente, o objetivo das autoridades no poder, mas as regras do programa acabavam criando tal situação, pois os pronunciamentos na tribuna não podiam ser modificados para publicação.

O primeiro nome do boletim produzido pelo Senado era ‘Informativo de Brasília’, sendo depois chamado de ‘Carta do Senado’. É com essa denominação que, conforme lembra Duque, por volta de 1985, o noticiário, que era bissemanal, começa a obter um bom índice de aproveitamento nos mais de mil veículos de comunicação (a maioria do interior do país) que recebiam a Carta do Senado por mala direta. Entre eles, curiosamente, estava o jornal mural, o *Jornal do Poste*,

experiência que despertou a atenção de estudos acadêmicos pelo fato de utilizar a mesma técnica de divulgação há mais de 50 anos. O jornal editado em São João d'El Rey (MG) por José Firmino Monteiro era diário, datilografado em papel carbono e afixado em postos dos principais logradouros da cidade, e às vezes trazia, em uma edição inteira, apenas notícias do Senado.

Tecnicamente, a década de 80 trouxe consigo grandes transformações, principalmente na informática e nas telecomunicações. Nos escritórios, repartições públicas e redações, as poucas máquinas manuais de escrever foram totalmente substituídas pelas máquinas elétricas, que aceleravam o ritmo com que as matérias ficavam prontas. Para transmissão, o telex continuava sendo utilizado, mas existia um novo sistema, incorporado pelo Senado a partir de 1982, de transmissão multiponto. Esse sistema consistia na instalação, paga pelo Senado, de um aparelho de telex na redação de um grande jornal em cada capital, para receber as notícias produzidas pelo setor de imprensa do Senado. “O êxito dessa parceria superou a expectativa, como pôde comprovar o Serviço de Imprensa, com o grande número de notícias produzidas na Casa que eram recortadas, diariamente, e enviadas aos senadores”, conta Duque, acrescentando que, por força do convênio, os jornais eram obrigados, em contrapartida, a enviar para o Senado, um exemplar de cada tiragem. Esse formato era o que caracterizava naquela época um sistema de agência de notícias.

A força do computador começa a mudar as feições dos serviços da Agência Senado a partir da década de 90. Nas palavras de Duque, “o Senado foi, certamente, uma das primeiras instituições públicas do país, se não a primeira, a disseminar informações de suas atividades por uma rede de informática”, e isso quando a Internet não havia chegado ao Brasil. O Prodasen estabeleceu convênios com órgãos governamentais de alguns estados e, por meios de redes informatizadas, ministérios e instituições, como o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo recebiam informações do Senado, entre elas, o noticiário produzido pela Agência.

Dois outros instrumentos também foram utilizados nesse período pela Agência para ampliar a divulgação das atividades dos senadores: o sistema

Datafax da Embratel – que permitia a transmissão simultânea dos textos produzidos e o Serviço de Tratamento e Mensagem - STM 400. Este constituía um novo sistema de transmissão de notícias *on line* no país, lançado em 1993 pela Embratel, ao qual a Agência Senado se incorpora como um dos provedores da nova ferramenta. Nessa mesma época, o boletim de notícias passa a se chamar ‘O Dia no Senado’, nomenclatura que teve vida curta, pois já em 1995, com a chegada da Internet, a substituição na redação das poucas e remanescentes máquinas elétricas por computadores pessoais, a admissão dos novos jornalistas concursados, e a consolidação dos demais veículos de comunicação da Casa, a produção de noticiário escrito passa a ser identificada como atribuição da Agência Senado.

COORDENAÇÃO AGÊNCIA SENADO



Figura 14 - Foto da Agência Senado em 1995, reproduzida de publicação da SECS de 1997/8.

4.1. Que serviço presta a Agência Senado?

A mudança do suporte técnico – do papel impresso para o meio eletrônico – carreteou várias alterações nas rotinas da agência, no trato da notícia e na recepção desse material pelo leitor. Mudanças essas que ainda não se encerraram, mas que evidenciam um processo acelerado de transformação na maneira como o material noticioso do Senado é produzido e difundido pelo país e até para o mundo. É evidente que a comunicação do Senado, em especial a Agência Senado, não está isolada neste processo. Não há novidade em afirmar que a Internet, como outros meios de comunicação já surgidos – jornal, telégrafo, cinema, rádio, telefone, televisão, apenas para citar alguns – provoca cesuras no caminhar da humanidade. E será a partir dessa perspectiva que vamos tentar destrinchar o trabalho da Agência Senado – percebendo que as mudanças estão em curso e dificilmente serão apreendidas em sua integralidade.

De acordo com a Resolução nº 09, de 1997, que fundamenta o funcionamento da SECS, a Agência Senado “é responsável pela redação e divulgação em tempo real, mediante redes informatizadas, de textos jornalísticos sobre as atividades da Casa”. Sua cobertura deverá priorizar o Plenário e outros órgãos da Casa, transmitindo para as principais agências de notícias e para os jornalistas credenciados no Senado, as notícias elaboradas. É interessante atentar para o fato de que, naquele momento, não se visualizava em toda sua extensão a capacidade de disseminação que a Internet teria, pois o público-alvo citado se restringia às outras agências e jornalistas credenciados e não se imaginou que o cidadão comum poderia acessar a informação, diretamente da fonte produtora.

Tal percepção surgirá ainda incipiente em texto mais recente que integra o manual de redação, elaborado em conjunto com o Jornal do Senado, em 2001. E apesar de o mesmo já carecer de revisão, como avalia o diretor-adjunto da Agência, Davi Emerich, os motivos para a existência da Agência e os princípios e filosofia que devem balizar o funcionamento desse veículo, ali constantes, parecem válidos ainda hoje. O texto reafirma as causas que originaram a criação do sistema de comunicação do Senado: o pouco espaço e a cobertura direcionada (muito mais política do que legislativa) que a imprensa privada dedica à divulgação

dos trabalhos do Senado; a busca por maior transparência e democratização do discurso legislativo; a continuação da busca pela credibilidade e, como novidade, o anseio de que as informações relativas ao Senado fossem levadas diretamente à população, sem filtros. Podendo-se considerar este um sinal de que começava a existir, entre os jornalistas da Agência, consciência do potencial da ferramenta Internet.

No manual também está posta a linha editorial e os preceitos éticos que devem orientar a elaboração do noticiário do veículo. As regras são tão específicas e esclarecedoras que vale a pena pontuá-las:

1. As matérias devem ser elaboradas com postura objetiva e jornalística;
2. Deve ser dada prioridade para cobertura das sessões plenárias, reuniões de comissões, do Conselho de Ética e da Presidência do Senado (situação que somente pode ser alterada por deliberação momentânea do Conselho Editorial da SECS);
3. A linguagem utilizada nas matérias deve ser acessível à população, clara, didática, principalmente quanto se tratar de termos utilizados para descrever o processo legislativo “que o público não tem obrigação de conhecer”;
4. A informação é oficial, por isso o repórter deve ser ciente de que uma imprecisão em matéria da Agência tem maior conseqüência do que se praticada pelos veículos privados;
5. Os textos devem ser fiéis aos fatos e descritos sem qualquer adjetivação ou juízo de valor em relação ao evento reportado;
6. As atividades e o noticiário produzido pela Agência devem ter caráter apartidário e imparcial, e as posições políticas dos jornalistas não podem influenciar a apuração ou redação dos textos;
7. O jornalista não deve manter relação de proximidade com o senador para fins particulares, tal se configurando atitude incompatível com o decoro funcional;

8. As notícias redigidas não podem privilegiar partidos políticos, estados ou determinados senadores. Ao contrário, todos devem receber tratamento equânime por parte dos veículos da SECS;
9. A divulgação das notícias e os destaques devem seguir padrões puramente jornalísticos, com maior relevo para as decisões de Plenário e Comissões que afetem um maior número de pessoas;
10. A reportagem de eventos político-partidários ocorridos no Plenário ou fora dele não poderão ser cobertos;
11. A cobertura jornalística será a mais completa possível, não se permitindo a omissão de informações sobre fatos ocorridos durante as sessões no Plenário e as reuniões de comissões, a menos que estes sejam secretos;

De acordo com catálogo de serviços atualizado da SECS, essas diretrizes continuam sendo seguidas, pois no tocante à Agência, as informações dão conta de que o veículo pratica um jornalismo pluralista, universal e que visa a informar o cidadão, em tempo real, sobre todos os fatos que ocorrem no Senado e que tenham caráter institucional. Para Emerich, a definição contempla o jornalismo praticado hoje pela Agência, o que não quer dizer, porém, que não existam conflitos constantes sobre como deve ser feita, ou se deve ser feita, uma determinada cobertura. Este é o motivo, aliás, pelo qual ele acredita que o manual deve ser revisto, pois, ao estabelecer quais são os eventos e atividades que devem ser reportados, a norma gerou um tipo de “engessamento”, na visão mais burocratizada de alguns jornalistas, do que pode ser coberto. Assim, explica ele, ocorrem resistências quanto à elaboração de matérias realizadas a partir de entrevistas “de corredor” ou de outras situações que não estejam configuradas no manual como, como por exemplo, manifestações e passeatas dentro ou em torno do Congresso Nacional, reuniões externas ao prédio do Senado – especialmente na residência oficial do presidente da Casa –, ainda que as mesmas possuam caráter oficial e presença de membros da Mesa. “Muitas vezes essa postura camufla uma acomodação de quem incorporou o antigo espírito do serviço público e perdeu a gana jornalística, bem no estilo do que sempre se denominou como

jornalismo chapa-branca”, conta o jornalista. Outras vezes, no entanto, esclarece ele, a questão é ideológica e o jornalista resiste por receio de ser considerado um assessor de imprensa do senador, em particular quando o interesse público se mistura com o privado – como no lançamento de livro de autoria de senador, que geralmente se refere à obra com temática relacionada ao Senado, mas que, ainda assim, tem conotação privada.

De qualquer modo, a abertura para novas reportagens que possam aproximar a atividade legislativa da realidade social é tema constante dos encontros do Conselho Editorial da SECS e das reuniões entre os coordenadores – diretores, chefes de reportagem e editores da Agência Senado. No mais das vezes, informa Davi, tem vencido o bom senso e o ponto de vista jornalístico. A situação é vivenciada também, descreve Helival Rios, diretor de jornalismo da SECS, nos demais veículos – TV, Rádio e Jornal do Senado – reflexão que não impede, acrescenta o diretor, que sejam elaboradas matérias e programas de outras temáticas, desde que os mesmos mantenham a vinculação com a atividade legislativa.

O assunto foi tema de recente oficina de trabalho da Agência Senado em que alguns repórteres manifestaram receio em assinar as matérias de Plenário, elaboradas com base nos discursos dos senadores na tribuna, para não suscitar a idéia de que estavam a serviço do senador e não da instituição Senado. Outra preocupação dizia respeito aos limites tênues do que pode ser considerada atividade legislativa. Na visão de Emerich, por exemplo, o senador está investido do cargo e, mesmo em viagem e fora do espaço do Senado, está representando seu estado e a instituição. Por esse raciocínio, porém, alguns profissionais lembraram que o limite poderia ser expandido ao infinito, já que os 81 senadores atuam, muitas vezes, não como senadores da República, mas “como vereadores de seus municípios”. Um terceiro temor, de ordem trabalhista, se referia à sobrecarga a que eram submetidos os jornalistas da Agência – que se propõe a cobrir todos os eventos do Senado durante o tempo que estes durarem – para a produção de notas em tempo real e de matérias consolidadas.

As anotações dos debates nas oficinas, no entanto, denotam que está patenteada entre os jornalistas da Agência a necessidade de aplicação do conceito de equanimidade na cobertura das atividades dos senadores – sejam eles de estados ricos e mais destacados no cenário nacional, ou daqueles entes federados geralmente esquecidos pela grande mídia. Segundo avalia Emerich, a diversidade e pluralidade de personagens, presentes nas matérias elaboradas pela Agência, constituem um dos trunfos e a resposta para algumas das críticas tecidas contra este tipo de jornalismo, como por exemplo, a falta do contraditório e a parcialidade da cobertura.

O diretor-adjunto da Agência contesta a tese advogada por alguns estudiosos da comunicação e por jornalistas da imprensa privada de que a comunicação institucional peca por não buscar o contraditório do que é dito na tribuna por um senador, produzindo, ou reproduzindo, apenas o que seja de interesse dos parlamentares. Em sua opinião, apesar de ser verdade que o repórter da Casa não procure a posição contrária ao pronunciamento parlamentar – uma das condições fundamentais da prática jornalística –, o contraditório acaba se estabelecendo na própria tribuna, com os debates entre os senadores, e que são completamente reportados nas notícias da Agência.

Para ele, aliás, o que acontece na comunicação do Senado é exatamente o oposto do que pratica a imprensa particular, pois enquanto esta direciona sua cobertura no Congresso para temas geralmente relacionados com escândalos, denúncias de corrupção ou brigas políticas, deixando, na maioria das vezes, de acompanhar e reproduzir a totalidade dos debates sobre os assuntos da pauta do dia, a cobertura realizada pelos veículos de comunicação do Senado caminha em outra direção. Sustenta o jornalista que, até por força dos manuais e normas internas de como deve ser feita a cobertura jornalística pelos veículos da Casa, todos os discursos, debates, contraditas, e até brigas ocorridas na tribuna são reportados nas matérias ali originadas. “É exatamente neste formato plural e diversificado que se estabelece o contraditório e não na presença *pro forma*, no pé da matéria, da descrição sucinta do outro lado da notícia, como faz muitas vezes a

imprensa privada, apenas para provar que está respeitando os princípios da imparcialidade e do contraditório”, argumenta o profissional.

A percepção de que a grande imprensa dirige suas reportagens mais aos bastidores do que ao principal da atividade legislativa está presente em estudo desenvolvido pela jornalista Malena Rehbein Rodrigues, em que esta aponta como os trabalhos do Congresso e de seus veículos de comunicação têm realizado o agendamento – *agenda setting* – da grande imprensa, e não apenas o contrário, como tradicionalmente acontece.

Há aqui um destaque importante, na medida em que se observa uma inversão de valores na seleção da cobertura do plenário. Como a ordem do dia, o grande expediente e o pequeno expediente não entram na cobertura diária do Congresso, a não ser que seja um tema bastante polêmico ou que já esteja na agenda midiática, deixa-se de informar fatores importantes para o cotidiano do cidadão comum e que os afetam diretamente. Isso acontece pela exigência do jornalismo de fatos polêmicos e atuais, o que privilegia a cobertura das fofocas dos bastidores e de personalidades, como assinalado pelo jornalista e professor da London School, Rudolf Klein, em relação à cobertura política. Tal situação tem mudado com a implantação dos veículos de comunicação das duas Casas, que contam agora com seus próprios jornais, agências em tempo real, rádios e TVs. Como esses veículos fazem uma cobertura mais diferenciada, contemplando o trabalho das comissões e os espaços de plenário, até então deixados de lado, a grande imprensa tem prestado mais atenção a fatos que antes não eram objeto de cobertura, deixando-se pautar, muitas vezes, pelos órgãos de comunicação do Congresso (RODRIGUES, 2002, 112).

Por outro lado, os debates das oficinas demonstraram que os jornalistas da Agência Senado vivenciam duas dificuldades para o desempenho da cobertura jornalística do Parlamento. Uma delas reside no excesso de personalização do senador nas matérias, já que todo instante, provavelmente em função da autoridade do cargo público, a figura do parlamentar parece interferir na fluidez dos textos, mesmo que a presença de seu nome seja dispensável para a transmissão da informação. Por esse motivo, começa a se configurar nas matérias, afirma Emerich, um maior cuidado em evitar que, pelo fato de receberem tratamento jornalístico isonômico, os senadores se “apropriem” das matérias ou pensem que a cobertura deva ser personificada. Ou ainda que o critério jornalístico será dispensado na edição do material apurado. “Todos têm direito a igual atenção, mas nossa função não é trabalhar a imagem de senadores que não têm boa atuação parlamentar. Ao que se percebe a única intolerância detectada

entre os jornalistas da Casa é com o senador que se ausenta dos trabalhos da Casa, não apresenta projetos, não participa dos debates e votações. “Sobre esse não há como produzir matérias. Quem não trabalha, não aparece”, enfatiza Emerich, lembrando, porém, que ainda assim, quando esse senador decide se pronunciar em Plenário, mesmo que o discurso seja desprovido de interesse jornalístico imediato, são produzidas matérias e fotos do senador, já que não cabe à Agência ou aos seus jornalistas julgar se aquilo é ou não de interesse dos eleitores e do estado do senador.

Finalmente e em decorrência do quadro até agora exposto, Emerich reconhece que a palavra censura vem à tona, de tempos em tempos, no âmbito das discussões de pautas e das definições das coberturas. Na verdade, explica ele, a questão parece aflorar quando se questionam as possibilidades de intervenção sobre textos que exponham os senadores e seus cargos, particularmente aqueles que envolvem as investigações por quebra de decoro parlamentar, ou antes, das apurações das comissões parlamentares de inquérito. Na prática, assegura o jornalista, os casos de interferência estão próximos de zero, e quando acontecem se referem a pedidos de senadores que gostariam de merecer mais espaço nas matérias, para exporem melhor suas idéias sobre este ou aquele projeto, ou ainda para deixar explicitado seu posicionamento político acerca de algum tema. “Isso advém de dois grupos principais: dos políticos mais influentes, acostumados a receber espaço privilegiado na imprensa privada e que por algum motivo não usufruem naquele momento desta condição, ou, no extremo oposto, daqueles senadores desconhecidos e muitas vezes inexpressivos politicamente, que enxergam na imprensa da Casa uma forma de serem vistos”, analisa o jornalista.

Para ele, o problema é facilmente contornável quando o pedido diz respeito ao esclarecimento sobre matéria legislativa. Já os demais, se representam uma intromissão na autonomia editorial da Agência, não são atendidos, e os motivos alegados para a negativa, de ordem jornalística, costumam ser compreendidos pelos assessores de imprensa ou pelos próprios senadores, informa o diretor. Alguma dificuldade maior, no entanto, reconhece Emerich, se encontra na

cobertura das atividades do presidente da Casa, pelo fato de estas requererem um tratamento especial, pela liturgia do cargo e a centralização de decisões que possui a Presidência do Senado. A seu ver, se o ocupante do cargo for dinâmico e tiver real influência no cenário político nacional, a tendência é que suas aparições sejam sobressalentes na página da Agência. Neste caso específico, lembra ele, é mais difícil discernir as atividades do presidente, daquelas de senador, e ainda das de caráter privado.

Para a editora Rita Nardelli, se o presidente for um parlamentar ativo é quase impossível mantê-lo distante das manchetes da Agência por muitos dias, a menos que o Plenário e as comissões votem matérias importantes para a sociedade. Ela corrobora a visão de que praticamente não existe interferência dos senadores ou mesmo dos editores no que se refere ao conteúdo informativo do material produzido pelos jornalistas da Agência. Na opinião da jornalista, a exceção aparece nos casos em que os senadores utilizam palavras de baixo calão ou expressões chulas em seus discursos – o que é retirado até dos registros taquigráficos. No mais, diz ela, publica-se tudo e o maior trabalho da equipe de revisão e edição consiste em complementar dados, corrigir erros gramaticais ou ordenar os textos na busca do *lead*. Nos casos de denúncias contra os parlamentares, porém, a praxe adotada é de não tratar o assunto nas matérias, enquanto as informações da mídia externa não se tornam oficialmente públicas na Casa. Esta precaução, porém, explica ela, não procede de qualquer posicionamento de censura, mas sim porque tudo o que é publicado nos veículos do Senado não pode configurar especulação ou boato. “Devemos buscar sempre as informações ou mesmo as denúncias formais – ainda que contrárias a integrantes do Senado - e que foram tornadas públicas na Casa, o que sempre acaba acontecendo”, enfatiza Nardelli. A essa conclusão também chegou o pesquisador Chico Sant’Anna, em sua pesquisa sobre mídia das fontes, ao argumentar que suspeições levantadas quanto ao conteúdo do que é produzido pelos profissionais do Senado apenas pelo fato de estes serem empregados da instituição não são suficientes para desqualificar as matérias. “Os jornalistas não precisam necessariamente se concentrar apenas nos aspectos negativos do poder

(Sousa, 2000:110), e tampouco as MFSF (mídias das fontes do Senado Federal) deixam de noticiar os casos escabrosos, como corrupção e desmandos políticos”, assegura Sant’Anna. (2006, 116).

Emerich acredita que talvez todas essas e ainda outras discussões sobre o tipo de jornalismo praticado pela Agência Senado estejam embutidas na definição a que chegaram os repórteres, fotógrafos, dirigentes e demais funcionários, durante as oficinas, daquilo que consideram deva ser a missão deste veículo de comunicação, ainda que isto se configure ainda como um ideal a ser perseguido:

Informar a sociedade sobre as atividades legislativas do Senado e os fatos de interesse cultural e social relacionados à instituição por meio da Internet com ética e responsabilidade social e tendo como princípios o interesse público e a democratização da informação (Relatório SERH, 2007, 23).

4.2. Como é feito o trabalho da Agência Senado?

Detalhadamente, pode-se descrever a cobertura realizada pela Agência Senado como aquela que envolve o acompanhamento e na produção de notícias dos discursos e votações das sessões do Plenário e do Congresso; das reuniões e audiências públicas sobre temas de interesse social e que constam dos projetos que tramitam nas comissões temáticas, permanentes ou temporárias; das votações nas comissões – particularmente de proposições de caráter terminativo (o que significa que pode ficar dispensada a apreciação da matéria pelo Plenário, seguindo o projeto direto para a Câmara); das reuniões e depoimentos nas Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs); da agenda da presidência da Casa – entrevistas, audiências, decisões; de eventos dos demais órgãos do Senado; de manifestações populares próximas e relacionadas aos trabalhos da Casa; de decisões ou fatos da Câmara e do Executivo vinculados diretamente ao Senado; de exposições culturais, científicas ou de cunho social, realizadas nos espaços da instituição; de depoimentos ou entrevistas de autoridades públicas transcorridas no ambiente do Senado ou ainda de iniciativas jornalísticas dos demais veículos da comunicação do Senado, como entrevistas na TV ou na Rádio Senado.

A produção de matérias da Agência segue o esquema tradicional de qualquer veículo de comunicação, com a presença de quatro etapas essenciais: a

elaboração de uma pré-pauta – com base em uma agenda diária e outra agenda semanal preparadas pela própria Agência; a apuração e elaboração das matérias pelos repórteres; o tratamento do material, fase que envolve revisão, edição e a agregação de recursos informativos e multimídia; e, finalmente, a disponibilização pela Internet do noticiário para leitura e apropriação gratuita do material que interessar ao usuário.

Na primeira etapa, a rotina consiste na antecipação dos trabalhos do Senado para a semana seguinte. A jornalista Marba Furtado, que é responsável em conjunto com uma equipe de produção de duas pessoas, pela elaboração da agenda do Senado, explica que as informações que irão subsidiar a feitura deste produto são recolhidas nos diversos órgãos da Casa já na semana anterior e também na segunda-feira. A agenda, que é a quinta página mais visitada, entre as catorze que a Agência apresenta, com 2,5% do total de acessos, é distribuída no início da semana e diariamente para uma mala direta interna do Senado – formada por diretores, pauteiros, assessores de imprensa da Casa, ficando também disponível para acesso nos *sites* do Senado e da Agência.

Ainda como parte do primeiro estágio, a agenda serve para guiar a elaboração de matérias de previsão – redigidas pelos repórteres nas tardes de sextas-feiras e nas manhãs de segundas-feiras, quando são escassos os trabalhos legislativos. Esse noticiário detalha as pautas das comissões e do Plenário, os prováveis projetos em debate ou votação e também dos demais eventos esperados para acontecer no Senado na semana em questão, como exposições, seminários, visitas de chefes-de-estado, audiências na Presidência, sessões especiais, reuniões da comissão diretora.

Cerne da atividade jornalística da comunicação da Casa, a segunda etapa consiste na apuração propriamente dita. De acordo com a chefe de reportagem da manhã – a equipe se divide em dois turnos (manhã e tarde) de seis horas diárias, em média, para cada um –, Denise Costa, logo cedo o repórter recebe sua pauta do dia – sendo que a distribuição é feita prioritariamente pelo grau de especialização e conhecimento do assunto que o repórter tem sobre determinado assunto, o que não significa que outros critérios não tenham que ser utilizados

como: rapidez do repórter para pauta específica, o estado de saúde do repórter no dia, a busca pela equalização das tarefas – assim quem cobriu uma pauta mais difícil em um dia pode ser recompensado com um tema menos complexo em outro. “Isso até sermos forçados a abrir mão de qualquer critério para cumprir uma pauta extra. Esse é o preço do jornalismo *on-line* e da intempestividade dos acontecimentos da Casa. Não dá para planejar muito. Aí vai quem está disponível ou menos sobrecarregado”, esclarece ela.

Durante a apuração, são empregados dois formatos de cobertura, um em que o repórter se desloca até o espaço do evento, e nisso vai acompanhado do fotógrafo, ou, pode fazer a cobertura pelo chamado sistema VIP (rede de TV interna disponível nos computadores da Casa e que transmitem ao vivo as reuniões das comissões e as sessões do Plenário). O uso desse recurso, aliás, foi motivo de intensas discussões nas oficinas da Agência, conforme comprova o relatório final. Enquanto um grupo defende o VIP como recurso tecnológico moderno de agilização da produção – já que o repórter pode ir escrevendo sua matéria e, eventualmente, produzir uma nota de tempo real sobre algum fato relevante, no curso do evento – outra parcela da reportagem critica a opção, alegando que quando o profissional não faz o acompanhamento *in loco* do fato existe a perda do sentido jornalístico da cobertura, pois o repórter não irá “sentir e descrever o clima” do acontecimento, falhando também, na opinião destes ao não cultivar as fontes – senadores autores, relatores de projetos, consultores, assessores de imprensa e secretários de comissões.

O dilema colocado indica que os primeiros podem estar camuflando um desinteresse pela reportagem e até certa acomodação no sentido que dão à cobertura, ao tempo em que conseguiram se adequar aos novos tempos do jornalismo eletrônico, imprimindo rapidez ao noticiário quando utilizam a ferramenta eletrônica como fonte de facilitação do trabalho. Por outro lado, os opositores ao VIP parecem refletir uma preocupação no aprofundamento e na qualidade do material informativo que será oferecido à sociedade, mas não conseguem solucionar a questão da agilidade da informação, pré-requisitos

aparentemente consensuais para a prática do jornalismo *on-line* e para o trabalho de uma agência de notícias.

De acordo com a chefe de reportagem, a partir do momento em que o repórter recebe sua pauta e orientação sobre o contexto da cobertura em questão e, eventualmente, do espaço que a matéria terá, fica livre para decidir sobre o formato, o lead, e mesmo o tamanho do texto. Sua obrigação, no caso da cobertura de comissão é relatar o máximo de informações possíveis, concedendo igual tratamento para posições distintas sobre as matérias ou temas em debate ou votação, devendo também destacar, pela lógica jornalística, os pronunciamentos dos autores e relatores dos projetos e, quando for o caso, do presidente das comissões. Outra demanda, sobre a qual não existe flexibilidade da direção ou da chefia de reportagem, é para a necessidade de o repórter explicar, detalhadamente, o que a proposta em discussão ou já votada acrescenta ou altera na legislação em vigor. Também deverá entender e explicar o processo legislativo de forma inteligível para o público leigo. Se necessário ainda, diz Denise, o repórter deverá produzir matérias que enfoquem o histórico da discussão ou *boxes* explicativos. Em média, as matérias consolidadas possuem 25 linhas, enquanto as notas de tempo real variam entre cinco e 15 linhas.

As regras valem também para o pessoal do turno vespertino, que deve reportar os discursos em Plenário citando os aparteantes e até mesmo o contexto dessas intervenções, se as mesmas possuírem relevância jornalística. No caso das votações em Plenário, incluídas na chamada Ordem do Dia, o nível de complexidade para a redação da notícia é elevado, pois, no mais das vezes, a matéria já foi discutida na comissão e não voltará a merecer novos debates, ficando o repórter forçado a consultar matérias anteriores para poder escrever com rapidez sobre os variados assuntos votados durante uma sessão.

O uso do gravador, a anotação em papel, a digitação direta no computador são facultadas ao jornalista. Ele deverá, no entanto, independente da técnica adotada, produzir uma nota curta sobre o discurso antes de redigir a matéria consolidada, situação que acaba por conferir um aspecto repetitivo ao material produzido pela Agência, especialmente quando o pronunciamento aborda assunto

de pouco teor jornalístico, como aniversários de cidades, informes sobre feiras e encontros municipais ou mesmo votos de pesar por mortes de pessoas desconhecidas nacionalmente. Ao término da redação, os repórteres “salvam” suas matérias em uma pasta específica da rede interna de computadores da Agência, guardando seus originais em arquivos à parte. Existe um rodízio da lista de Plenário, significando que o repórter irá produzir um número não fixo de matérias, o que em geral, resulta em uma média de três matérias ao dia. O turno de trabalho das equipes está estabelecido em seis horas diárias, mas, conforme informa Emerich, esse horário é usualmente estendido às terças, quartas e quintas-feiras – quando as atividades legislativas se intensificam – e o repórter, responsável por uma tarefa, como o acompanhamento de uma audiência pública ou a votação de matérias da Ordem do Dia, deve completá-la integralmente, não havendo rendição por outro colega nesses casos.

Na terceira etapa, o processo de revisão deve ser rápido e suprir as deficiências gramaticais e lacunas de informação deixadas pelos jornalistas. A matéria, que já possui a assinatura do repórter, também vai receber um sinal, não visível ao leitor, com a identificação do revisor do texto. Esse é um momento de considerável tensão, avalia Rita Nardelli, pois cabe ao *copy* e também ao editor impedirem que erros ocasionados pela pressa ou pela imprecisão do repórter “caiam na rede”. E tudo deve ser feito com muita rapidez para que a informação possa municiar os outros veículos de informação que utilizam a Agência Senado. Em sua compreensão, existe um afunilamento do material nessa etapa, pois a exigência dos profissionais que executam esse serviço envolve múltiplas competências: experiência jornalística, atenção, boa técnica redacional, constante atualização sobre a realidade nacional, agilidade e, nos últimos tempos, o domínio de alguns procedimentos tecnológicos.

É também nessa fase que as imagens fotográficas recebem, do editor de fotografia, tratamento e legendas, sendo acopladas à notícia correspondente, tarefa que também compete ao editor da página desempenhar. Na seqüência da implantação das matérias e das fotos no *site* da Agência, são agregados outros recursos, como *links* para a íntegra dos projetos; trechos de áudios de discursos,

no caso dos textos de Plenário, produzidos pela Rádio Senado e selecionados pela Agência; módulos de imagens filmadas pela TV Senado e capturadas pela Agência. Também são oferecidos, a título de recursos multimídia, a íntegra dos registros taquigráficos do discurso e um banco personalizado de imagens sobre o tema ou o personagem da notícia.

Na última etapa, as matérias são disponibilizadas no portal do Senado na Internet, pelo endereço eletrônico (www.senado.gov.br). Na “*homepage*” do Senado, a Agência, que ocupa o correspondente à metade do espaço gráfico da página, publica uma ‘manchete’, que vem acompanhada de foto; e três sub-manchetes, ou, uma manchete e as três últimas notas de tempo real, retratando os acontecimentos daquele momento, ou ainda, três manchetes e três sub-manchetes. No caso da manchete, o critério de escolha, explica Nardelli, é a relevância jornalística da matéria. Já as notas curtas, que têm origem diversificada (discursos, votações, entrevistas), seguem a ordem cronológica da produção noticiosa. Essas notas não são assinadas, como as matérias consolidadas, mas contêm o horário, como todas as demais matérias publicadas. Na página principal da Agência são inseridas todas as notícias do dia.

Essa página, acessível pelo endereço (www.senado.gov.br/agencia), lidera o número de acessos⁴⁰, respondendo a uma média de 52% do total de *hits* realizados pelos internautas no *site* da Agência. Na página encontra-se o chamado ‘espelho’, onde as matérias são dispostas por ordem de importância jornalística – as mais relevantes acima, e as menos importantes abaixo. Este, porém, não é o único critério para colocação de uma matéria em determinada posição da página eletrônica. Depois de quase dez anos dispondo todos os discursos parlamentares do dia em sua página principal, a Agência criou um espaço gráfico específico onde todas as matérias de pronunciamentos são listadas e figuram também por ordem de relevância. No espelho, porém, apenas um discurso aparece por vez e o recurso utilizado para não discriminar este ou aquele parlamentar é a intermitência da foto e da matéria respectiva neste local.

⁴⁰ Dados obtidos de fevereiro a maio de 2007, através da ferramenta de monitoramento de acessos e de interação dos visitantes a um *web-site*, o “*Google Analytics*”, que é gratuito e disponível para uso livre de interessados.



Figura 15 – Imagem da página principal da Agência Senado na Internet, em maio de 2007.

O menu da Agência oferece os seguintes produtos e serviços:

Banco de Imagens – produzido diariamente pela equipe de fotógrafos da Agência, esse produto é visível na página principal, tanto no menu, quanto em um “*banner*” demonstrativo do material disponível no banco de imagens. As fotos estão atreladas às matérias e suas produções seguem orientação da chefia de reportagem. Originadas em máquinas digitais, podem chegar a mil em dias mais agitados da Casa, sendo cerca de 70 por cento desse total descartado. O restante recebe tratamento de programas de edição de imagens, e também identificações para o arquivo fotográfico, gerido pelo Jornal do Senado. Das 300 fotos aproveitadas e tratadas, em torno de trinta são disponibilizadas, com legenda, no

banco de imagens. As fotos, em alta resolução digital, podem ser utilizadas por qualquer usuário, bastando citar o crédito do fotógrafo e o nome da Agência Senado. O banco de imagens possui um sistema de busca por nome de senador ou por data (dos últimos dez dias), e se destaca como o quarto produto mais visitado da página do veículo, registrando 6,5% do total de acessos da página. O serviço, conforme atesta o coordenador de fotografia, jornalista Flávio Mattos, é de grande utilidade para a imprensa de cidades do interior, muitas das quais sem condições de manter um profissional em Brasília, ou mesmo de comprar imagens atualizadas dos senadores das agências e serviços privados de fotografia.

Banner:



Figura 16 – Reprodução do *banner* do banco de imagens, em maio de 2007.

Boletim de Notícias (*newsletter*): encaminhado duas vezes ao dia, pelo correio eletrônico, para um banco de quase onze mil assinantes, sendo seis mil de público interno do Senado e o restante de leitores externos – veículos de imprensa eletrônica, escrita, radiofônica e televisiva, assessorias, órgãos públicos, jornalistas, representantes da sociedade civil organizada (ONGs, entidades sociais, federações, associações, sindicatos, e internautas em geral). Os horários de envio não são fixos, mas costumam acontecer ao início da tarde e no começo da noite. As matérias selecionadas representam o principal do noticiário recolhido até o momento da preparação da *news*. Para Emerich, o crescimento do número de pedidos de assinaturas – da ordem de vinte ao dia – percebido nos últimos dois anos é um sinal eloqüente do crescimento do uso da Internet no Brasil, do interesse pelos fatos do Senado e, possivelmente, do grau de confiabilidade depositado no material produzido pela Agência. Existem também, adverte ele, pedidos de desligamento da lista de assinantes – de não mais que cinco diários, o que permite dois tipos de interpretação: o interesse pelo noticiário pode ser

momentâneo, ou, o usuário está exercendo seu legítimo grau de autonomia na escolha do que quer ler. Para Emerich, apesar de a assinatura exigir apenas o e-mail do requerente, é uma fonte rica de investigação para se tentar traçar um perfil mais acurado de quem seja o leitor da Agência Senado. Ao mês são registrados, em média, 600 novos pedidos de assinaturas e o número de acessos do boletim atinge 2,5% do total da Agência Senado.

Últimas Notícias – Segundo produto mais acessado da página da Agência – com quase 22% do total de visitas, as notas de tempo real, curtas e produzidas em um breve espaço de tempo após a ocorrência do fato, refletem o interesse do internauta por notícias sucintas e disponibilizadas com agilidade. São elaboradas pelos próprios repórteres que redigirão a matéria consolidada e podem também ser transmitidas por telefone, diretamente aos chefes-de-reportagem, revisores ou editores. Motivo de acaloradas discussões entre os profissionais que trabalham na *Web* e também no meio acadêmico, as informações de tempo real são apontadas como as grandes responsáveis pelo stress profissional e pela superficialidade ou até imprecisão das notícias. O tema, que irá merecer maior análise no capítulo seguinte está no cerne dos debates sobre as mudanças na comunicação, especialmente no que se refere à necessidade de ‘encurtamento’ dos textos pelo excesso de oferta de informações que o cidadão moderno recebe. Para o diretor-adjunto da Agência, este é um “caminho sem volta, ao menos para o público que utiliza os serviços deste veículo, que já está acostumado a monitorar os acontecimentos do Senado por meio das notas curtas”.

Pesquisa de Notícias: serviço desprovido da característica de atualidade que caracteriza outros produtos da Agência Senado, o banco de dados com as notícias produzidas por este veículo ocupa o terceiro lugar em número de acessos, com quase 10% do total de visitas à página (se forem somadas as buscas no campo ‘pesquisa avançada’). O banco de notícias, assim como o sistema publicador de notícias foram desenvolvidos por analistas de informática do quadro e terceirizados, do próprio Senado. Nele é possível o usuário localizar notícias produzidas desde setembro de 1998, por meio de busca temática ou por data. Por dedução, é possível afirmar que a possibilidade de pesquisa, por meio

da Internet, de notícias antigas, é uma ferramenta útil para o visitante da Agência, mesmo porque, os registros ali consignados, pelo caráter formal da informação, passam a ter significado histórico.

Página Internacional: o mais novo serviço oferecido pela Agência Senado, no ar desde maio de 2006, o noticiário internacional funciona em duas páginas – em inglês e espanhol – e não representa apenas a tradução de matérias produzidas para a página principal da Agência, mas, sim matérias especialmente preparadas para leitores estrangeiros interessados em notícias sobre o Senado brasileiro. O material é preparado por um editor, que produz e seleciona, ao longo da semana, as informações sobre temas que tenham relação com a política externa e também os assuntos nacionais de grande impacto. A tradução é feita por dois profissionais da Casa, um especializado em língua espanhola e outro em língua inglesa. Também são preparadas matérias especiais com embaixadores, ministros e chefes-de-estado em visita ao Senado, para suprir a página que é encaminhada, às sextas-feiras, para uma lista de e-mails composta por diplomatas, integrantes do corpo diplomático e veículos de comunicação internacionais. O tema do Mercosul recebe atenção especial nesta página que também está aberta ao estabelecimento de convênios culturais, sem ônus, com agências de notícias públicas do exterior. No total, as duas páginas respondem por um por cento (1%) dos acessos à Agência Senado, com o dobro de visitas para a página em inglês em relação ao noticiário em espanhol.

Suplementos: a Agência ainda oferece uma página de entrevistas e outra com os perfis dos senadores, distribuídos por Estados, além de outros produtos temporários, como a página do “Mercosul”, ou dos ‘180 do Senado’, que somados, contabilizam 5% do total de *hits* ao *site*. No momento de elaboração desta pesquisa a Agência preparava alterações em sua página, entre elas, a criação de um novo produto: uma página de artigos dos senadores, em que os mesmos possam manifestar suas posições contrárias ou favoráveis aos temas objetos de proposições em tramitação no Senado.

De acordo com as informações constantes na página da Agência, esta é acessível às pessoas deficientes visuais, através do programa Dosvox, que é um

“leitor de tela”, criado por especialista da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e distribuído gratuitamente pela Internet. Também os deficientes auditivos podem navegar pela página da Agência Senado, ‘lendo’ as matérias por meio do tradutor para Língua Brasileira de Sinais (Libras), cujo ícone está disponibilizado no canto superior esquerdo do *site*.

Nos últimos dois anos a Agência também incorporou às suas funções a preparação gráfica de *hot-sites* (páginas temporárias na Web) de eventos ou serviços da instituição, como seminários, exposições, conferências, participações em feiras do livro. O serviço não é desempenhado por jornalistas, mas por técnicos terceirizados, com formação e experiência em *web-design* e em desenvolvimento de sistemas de informática. Esse mesmo grupo dá manutenção ao sistema de publicação de matérias, levanta estatísticas de acesso e empreende mudanças de *lay-out* e de facilidades de navegação na página da Agência e dos demais veículos da SECS.

4.3. Quem faz a Agência Senado?

A história da comunicação do Senado levantada até aqui demonstrou que os atores principais desse projeto, os jornalistas, possuíam características típicas da época em que os mesmos trabalharam no sistema, tanto no que se refere à prática profissional e as regras trabalhistas adotadas, quanto ao posicionamento político possível para o quadro político do momento, ou ainda, na relação dos mesmos com a tecnologia empregada. Não queremos dizer, com isso, que a essência da função ‘jornalista’ tenha se alterado ao longo do tempo. Não. Este sempre foi e deverá continuar a ser descrito como aquele profissional cujo labor consiste em capturar e difundir os fatos que possivelmente interessam à maioria ou a um grupo determinado da sociedade. O que foi possível perceber é que, no caso da comunicação do Senado, tipos distintos de jornalistas foram compondo a cena da informação parlamentar: escritores, cronistas e literatos, funcionários burocratas, redatores oficiais, jornalistas com dupla atividade – na iniciativa privada e no serviço público -, e agora, jornalistas servidores públicos que, ao que parece, têm como diferencial o domínio de novas tecnologias comunicacionais.

É a partir dessa concepção que será feito o recorte do atual grupo de jornalistas que compõem e executam as tarefas do complexo de comunicação do Senado, e que, provavelmente, pode ser considerado semelhante ao quadro da comunicação da Câmara dos Deputados. Especificamente, interessa a este estudo destacar e identificar o conjunto de jornalistas que elaboram o trabalho da Agência Senado. Assim, aos dados coletados pelo jornalista Chico Sant'Anna, caracterizando o jornalista do sistema de comunicação do Senado Federal, serão acrescentadas informações fornecidas pelo setor de recursos humanos da Casa, recolhidas em questionários e oficinas de trabalho já mencionadas, e ainda outros subsídios, gerados pela direção do veículo Agência Senado.

De acordo com o que levantou Sant'Anna, ao comparar os jornalistas da imprensa privada que fazem a cobertura do Congresso e aqueles que integram o quadro da comunicação interna do Senado (batizados por ele de jornalistas das fontes), a atividade básica de ambos os grupos é a mesma, a busca por informações sobre o Parlamento, e ocorre em um mesmo espaço físico. E no encaixe das distinções, ele descobriu que o jornalista do Senado – cujo perfil básico é a idade média de 39 anos, homem, branco, com 17 anos na profissão – possui estabilidade no emprego, advinda de aprovação em concurso público e um salário que o satisfaz. Tal situação, por si só, frisa o autor, já o diferencia do repórter da mídia comercial que pode ser demitido a qualquer momento. Essa característica, acrescenta o autor, em tese, parece proporcionar certa independência profissional a esse trabalhador, inclusive em relação ao parlamentar sobre o qual escreve. (Sant'Anna, 2006, 105-6). Suas pesquisas revelaram que esse servidor se classifica como “de esquerda ou centro-esquerda”.

O mesmo autor identificou outras características, de cunho mais subjetivo, que poderiam ser conferidas ao conjunto de jornalistas do Senado. Em sua avaliação, se forem considerados os aspectos legais relacionados com a obtenção de informações e documentos comprobatórios de reportagens, os jornalistas do Senado poderiam ser apontados como praticantes de valores éticos profissionais mais rígidos que seus colegas da mídia privada. Essa sua conclusão, que pode ser questionada pela precariedade da fundamentação, é construída a partir das

respostas colhidas em questionário, onde dois terços dos jornalistas do Senado expressam sua rejeição por métodos legalmente questionáveis de obtenção e uso de documentos para elaboração de matérias, enquanto a maioria dos jornalistas da imprensa privada admite a utilização em certos casos.

Em comparação com os profissionais da mídia privada, os “jornalistas da fonte” (os de órgãos oficiais) atribuem “maior importância ao papel social da imprensa e reconhecem nela uma capacidade de intervenção sobre a opinião pública” (SANT’ANNA, 2006, 108), além de manifestarem o desejo que a notícia produzida pelo Senado seja imparcial e confira transparência às atividades dessa instituição.

Sobre o exercício da função, o trabalho também levantou ângulos próprios do jornalista da SECS, como por exemplo, que ele não se sente participante das decisões editoriais, considera seu trabalho fortemente condicionado à hierarquia das funções da redação, e ainda, que as diretrizes editoriais não estão claramente colocadas pelos dirigentes do sistema ou nos manuais de redação, o que gera mesmo conflito de interesse entre o jornalista e a instituição. Sobre esse quesito, aliás, revela o trabalho, o jornalista do Senado entende que é seu dever escrever com precisão e explicar com exatidão e imparcialidade os temas para o público, mas sabe que não pode interpretar ou manifestar sua opinião sobre os mesmos. Reclama, porém, da exigência de rapidez que a tarefa que desempenha lhe exige (Sant’Anna, 2006, 109-11).

Apesar de a sondagem do autor ter sido realizada com a participação de jornalistas da Agência Senado, que responderam os questionários enviados por e-mail pelo pesquisador, alguns aspectos específicos, somente detectáveis em uma análise dirigida, indicam algumas variações, algumas leves, do que foi levantado por Sant’Anna e peculiaridades em relação ao todo da estrutura da comunicação do Senado. O motivo também pode estar em que as linguagens, rotinas e dirigentes variam de um veículo para outro, e ainda que a Agência, o Jornal, a Rádio e a TV Senado, apesar de estarem subordinados a uma direção geral única, possuem relativa autonomia na definição de suas pautas e esquemas de produção, obviamente sem fugir da obrigação da cobertura dos fatos legislativos.

Vamos nos valer a partir daqui de dois outros estudos para caracterizar o repórter da Agência Senado. Um deles, já citado, foi produzido pela equipe de psicólogos, enfermeiros e técnicos do trabalho do Senado que atuam no Serviço de Qualidade de Vida da Secretaria de Recursos Humanos do Senado, por meio de oficinas de trabalho e aplicação de questionários (que não exigiam identificação dos jornalistas). Os dados esboçam um quadro que permite a definição de um perfil momentâneo dos jornalistas que trabalham na Agência Senado.

Interessa informar, antes de passarmos aos dados da pesquisa, que a Agência possui 85 funcionários, sendo cinco estagiários de jornalismo. Dentre os 80 funcionários, 31 são terceirizados e 49 pertencem ao quadro efetivo do Senado, dos quais 36 são jornalistas formados, aprovados em concursos públicos e integrantes da carreira de comunicação social do Senado, estando 11 distribuídos em funções de direção, chefia, edição e revisão, e os demais (24) diretamente envolvidos na elaboração de reportagens. No setor de fotografia estão 18 funcionários, sendo oito repórteres fotográficos e os demais, técnicos em tratamento de imagem, legendagem e demais processos de implantação de fotos na página. Outros 11 empregados lidam com tarefas ligadas a Web e aos processos tecnológicos visando à inserção de matérias e recursos multimídia na Internet. 15 funcionários trabalham espalhados nos setores de tradução, apoio, produção e administração. Todas as atividades da Agência contam com trabalhadores terceirizados, com exceção do jornalismo.

Na Agência, a divisão por gênero é exatamente igual: metade dos jornalistas são homens (18) e a outra metade são mulheres (18). Tem idade média de 44 anos e bom nível intelectual, sendo que 15% têm alguma pós-graduação e mais da metade conhece ao menos uma língua estrangeira. O tempo de serviço médio na instituição é de nove anos, sendo identificáveis três gerações distintas de jornalistas concursados, os mais antigos com uma média de 15 anos de serviço, o pelotão intermediário com 10 anos no Senado, e o grupo mais novato, com menos de três anos na Casa.

Entre as informações tabuladas pelo trabalho das oficinas localizam-se alguns traços similares aos encontrados pela avaliação de Sant'Anna, muitos dos quais relacionados com a organização e as relações do trabalho. São eles: os jornalistas da Agência entendem que devem produzir relatos “objetivos, concisos e fidedignos” e se sentem pressionados pelo ritmo do trabalho e pela pressão temporal em que as tarefas devem ser cumpridas. Especificamente, a pesquisa do Senado concluiu que as condições físicas da Agência – que está pulverizada em quatro espaços distintos, sendo um deles, o “Aquário”, reconhecido pelas más condições ambientais, de higiene, privacidade, ruído, e ergonomia – somadas à cobrança constante por resultados, e ao uso continuado do computador (o que causa dores nas mãos, braços e costas) e que é uma exigência típica do jornalismo *on-line*, apontam para uma “alta carga de trabalho” dos jornalistas da Agência Senado. Nenhum quesito, porém, supera o desgaste mental e emocional relatado pelos profissionais para o desempenho de suas atividades. A necessidade de concentração e do uso da memória, além da complexidade e carga de responsabilidade dos textos a serem elaborados, representam para esse grupo um custo cognitivo elevado, apontado no relatório pela nota 4,13, em uma escala de 1 a 5 em ordem crescente de dificuldade. (SEQVR/SENADO, 2007, 8 - 12).

Como a pesquisa de Sant'Anna apontou, na Agência Senado não trabalha nenhum jornalista negro, talvez pelo motivo por ele citado, de o exercício do jornalismo no Brasil exigir formação universitária e o ensino universitário ser elitizado. Por esse raciocínio, as próprias exigências do concurso público, entre elas a comprovação de nível superior completo, já dificultaria o acesso desse candidato. Por outro lado, dois grupos das minorias, tradicionalmente discriminados profissionalmente, o de pessoas com deficiência e os homossexuais, estão representados na Agência. Do primeiro grupo trabalham dois jornalistas – um com deficiência visual e outra com deficiência locomotora – em vagas reservadas por lei (10%) para esses casos nos concursos públicos. Do segundo, também dois profissionais – um homem e uma mulher – se definem abertamente como homossexuais, sendo que um deles é protagonista do primeiro

caso oficial de reconhecimento, por parte do Senado, da existência de uma relação homossexual para fins de assistência médica e pensão social.

Outra característica, esta não recolhida pela pesquisa, mas perceptível nas fichas funcionais dos jornalistas, indica que o concurso público, além de impedir a prática do empreguismo ou do clientelismo político, é também uma forma de facilitar a presença da diversidade regional da categoria. Nos dois últimos concursos foram distinguidos profissionais que se deslocaram de outras localidades para assumir as vagas no Senado, em um movimento similar ao identificado no começo de Brasília. Esse fato parece demonstrar que o concurso público impede que os contratados se originem apenas da capital. Outra hipótese é que a diversidade regional dos jornalistas possa contribuir na elaboração de textos em que os assuntos regionais ou estaduais são tratados. Os repórteres da Agência Senado deixaram cidades da Bahia, Mato Grosso, Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e São Paulo.

Em contrapartida ao que concluiu o trabalho de Sant'Anna, ao menos em um aspecto o jornalista típico da Agência se distingue dos demais da SECS. Tanto na pesquisa do Senado, quanto em outro levantamento, desenvolvido pela Profa. Dra. Ana Magnólia Mendes do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho da Universidade de Brasília, a questão do acesso às decisões editoriais tem pontuação positiva, na avaliação dos profissionais da Agência.

Apesar de Sant'Anna haver identificado um bom nível de satisfação profissional e também que existe liberdade de expressão nos ambientes da SECS, em sua conclusão ele afirma que o jornalista do Senado considera que “seu trabalho é fortemente hierarquizado, sujeito às normas regimentais do SF e à hierarquia interna das redações” e que “a produção de conteúdos segue um padrão de noticiabilidade com pouco espaço para a participação no processo deliberativo dos chamados profissionais da ponta – repórteres, redatores, produtores etc” (SANT'ANNA, 2006, 116). Diz também, em outro momento, que apesar de as sugestões dos repórteres serem analisadas pelas instâncias superiores das redações dos veículos de comunicação da Casa, “difícilmente eles

participam do processo deliberatório”. (2006, 112). Interessante pontuar que essa percepção também foi capturada pela professora Magnólia em sua investigação no que se relaciona com o ambiente da TV Senado. Segundo ela, citado entre os sinais alarmantes para o ambiente de trabalho da TV consta o pouco conhecimento sobre as decisões das instâncias superiores do veículo. Como o estudo demonstrou que o ritmo de trabalho da TV também é considerado esgotante, tal qual ocorre na Agência, talvez a explicação para tal deficiência esteja na dificuldade dos gestores em organizar mecanismos eficazes de comunicação interna.

No caso da Agência, os dois relatórios coincidem na identificação de bom nível de satisfação quanto ao acesso às chefias. Na análise da professora Magnólia isso se reflete pela ausência da advertência sobre o problema, e pela elevada pontuação concedida pelos repórteres da Agência ao quesito liberdade de expressão no trabalho e reconhecimento profissional por parte dos colegas e superiores. No relatório do serviço de qualidade de vida, mais específico, existem valores elevados para os seguintes itens: liberdade para usar a criatividade (3,91) e liberdade para falar sobre o trabalho com as chefias (4,16) e busca de auxílio para a execução das tarefas junto a colegas e chefias (4,27) – nestes casos a medição alta é favorável. Como confirmação desse sentimento, a pesquisa também buscou saber se existiam “dificuldades na comunicação chefia-subordinado” e as respostas indicaram um nível baixo de dificuldade (2,37).

As estatísticas favoráveis não significam, alerta o mesmo documento, que não existam pontos críticos a serem trabalhados na Agência Senado, como o considerável número de afastamentos para tratamento de saúde, tendo sido de quase 10% o quantitativo de funcionários que se afastaram por mais de três vezes no ano de 2006 e um terço do total se afastou ao menos uma vez no mesmo período. Os desgastes provocados pelas dificuldades nos relacionamentos interpessoais. Finalmente, a impossibilidade funcional de se ausentar de suas funções para atividades de treinamento ou reflexão sobre as rotinas do trabalho e, ainda, a pouca compreensão por parte do público interno do trabalho executado

pelo veículo constituem outras dificuldades vivenciadas pelos jornalistas da Agência.

Na avaliação do diretor-adjunto da Agência Senado, Davi Emerich, os profissionais que ali trabalham, não todos, mas a maioria, tem o sentido da função que desempenha. “Fazer jornalismo no serviço público não é fácil, mas quem gosta de ser repórter vai sê-lo em qualquer lugar. Existe um campo aberto para a comunicação do Senado, no sentido de tornar cada vez mais público o trabalho dos Parlamento”, diz o jornalista. Para ele, não existem tipos diferentes de jornalismo, mas práticas distintas. No caso da Agência Senado, pensa Emerich, o que existe hoje é o estabelecimento de novos padrões, e nesse aspecto esse veículo não está sozinho, coerentemente com a chegada das novas tecnologias.

Ele entende que um dos maiores obstáculos que enfrentam os profissionais da Agência é a questão da adaptação ao novo ritmo de produção imposto pelo jornalismo *on-line*. Vários repórteres, alguns antigos na profissão, originários da grande mídia e inclusive ganhadores de prêmios nacionais – como o Repórter Esso – ou que chefiaram redações dos grandes jornais do país nas décadas passadas, têm que se adequar a um compasso acelerado de cobertura jornalística e envolve não apenas a coleta das informações necessárias, como a rapidez da divulgação, pois se antes uma matéria deveria ser entregue até o final do dia – hora do fechamento dos jornais – hoje deve ficar pronta cerca de uma hora depois da ocorrência do fato. Essa exigência técnica, reconhece o diretor, é estafante e pode representar uma agressão para aqueles que gostam de contextualizar e detalhar suas informações.

“Nem todos foram capazes de se adaptar bem”, conjectura Emerich, ainda mais por se tratar de notícia relacionada às autoridades públicas. Não é difícil supor também, em decorrência de seu pensamento, que vários jornalistas que buscaram no serviço público a estabilidade, os bons salários, o fim dos plantões de final de semana, a organização e planejamentos típicos da burocracia e ainda uma maneira de se livrarem da submissão aos grandes empresários de comunicação, tenham se surpreendido com o padrão do jornalismo de uma agência pública de notícias *on-line*. “Alguns desses jornalistas chegaram a

escrever em máquinas manuais e hoje digitam seus textos em computadores, implantam matérias e realizam pesquisas na rede. Parece simples, mas não é”, enfatiza ele, que observa também que os mais novos na profissão já não têm dificuldade nessa área, mas se ressentem da pouca experiência em cobertura política.

De todo modo, Emerich acredita que o jornalismo praticado pela Agência Senado é o que oferece as melhores perspectivas de crescimento no contexto da comunicação do Senado, não apenas por causa do meio – a Internet – mas porque seus profissionais “são inquietos e questionadores do papel que possuem nesse contexto”. Eles também saem na frente, reflete Emerich, quando conseguem migrar e se adaptar a um novo modelo de produção, em que o suporte da escrita não é mais o papel impresso, mas o computador e a comunicação eletrônica. A prioridade nesse novo arcabouço, arrisca o jornalista, “é informar com rapidez, precisão e transparência tudo que acontece no Senado, já que a Agência Senado se propõe a realizar uma cobertura universal da instituição”.

Mas não são apenas os desafios do desgaste físico e de adaptação às novas tecnologias que devem ser superados pelos repórteres da Agência Senado. Na percepção da repórter Silvia Gomide, que está há nove anos na Casa, embora o jornalista do Senado se sinta bem recompensado financeiramente pelo trabalho que desempenha, deve lidar com as frustrações comuns da sociedade quanto a eventual baixo nível ético e moral de alguns parlamentares. “Isso pra não falar no despreparo para o cargo, muitas vezes nítido nos discursos dos senadores”. A situação não pode ser generalizada, pensa ela, mas o repórter percebe, em poucos anos de trabalho, que não existe muito espaço para exercitar sua criatividade e pode acabar se frustrando. Muitos, observa, mantêm o ânimo da profissão e acreditam que estão contribuindo para informar a sociedade, em um esforço do que defende a professora Sylvia Moretzsohn de necessidade de “recuperação da importância do jornalista como mediador, como parte da recuperação do próprio sentido político de mediação”, (2002,173). Nesse mesmo sentido, Sant’Anna conclui que “a missão dos chamados *jornalistas neutros* se limita a coletar, processar e difundir o mais rapidamente possível as informações.

Ou seja, um jornalismo onde o profissional assume a condição de canal de transmissão”, (2006, 117). Essa pode ser a explicação para o comportamento de colegas que cumprem suas funções com correção, mas acreditam que o exercício criativo deve ser concretizado em atividades externas ao Senado, geralmente em estudos ou *hobbies* ligado à cultura, música, literatura, viagens, artes, diz Gomide.

Das conversas entabuladas com os repórteres do veículo fica claro também que a antiga prática do duplo emprego – um público e outro privado ou até dois públicos – acabou entre os jornalistas do quadro do Senado. Quando se interessa por algum labor comercial, o servidor se sente obrigado a se licenciar. Duas razões fundamentais explicam a mudança em relação aos primeiros anos do jornalismo em Brasília: uma reside na proibição legal – advinda da Lei 8.112, ou como é conhecida, Regime Jurídico Único do Servidor Público, de a pessoa ter mais de um emprego na administração pública (exceção para médicos, dentistas e professores); e a outra causa provável está no patamar salarial desses profissionais – que podem chegar a ganhar o dobro ou até o triplo da média percebida na mídia privada. Essa condição lhes confere autonomia financeira e independência dos poderes políticos. É também um fator favorável à dedicação exclusiva, especialmente daqueles que assumem funções de coordenação na Casa.

Por outro lado, não é possível afiançar que a prática do serviço *free-lancer* de jornalista da Casa para parlamentar com quem mantenha algum vínculo esteja totalmente banida, até mesmo em razão da proximidade com a fonte que o trabalho permite. Apesar disso e de não poder ser controlada ou evitada, a ação é altamente condenada, moral e eticamente, pela quase totalidade do corpo de funcionários da Agência Senado, como registraram os debates das oficinas de trabalho.

5. A Agência Senado democratiza a informação legislativa pela Internet?

A resposta a essa pergunta é um prenúncio das conclusões de que se aproxima o presente trabalho. Para satisfazer à inquietação, a análise se forçou até aqui a relacionar aspectos e conceitos como a tecnologia, o exercício do poder político, a liberdade de expressão, o direito à informação e a prática da comunicação institucional, todos listados em uma perspectiva histórica capaz de respaldar ou explicar, ao menos em parte, o cenário atual dessas relações. Como é impossível a um trabalho dessa natureza desenredar, ainda que por um bem traçado fio histórico, os vários componentes de cada um dos citados elementos, a intenção neste último capítulo é visualizar como a Agência Senado se coloca no cenário da prática da comunicação política, mediada pela Internet, pinçando os mais relevantes conceitos que sustentam tal relacionamento.

Para alçar esse objetivo completamente, esse trabalho precisaria, obviamente, atravessar a ponte que separa o Congresso Nacional e sua respectiva produção noticiosa, com todas as suas particularidades, e chegar ao leitor dessas informações. Por essa opção estaríamos caminhando pelo curso do exame do impacto da notícia, tema a que se dirige boa parte dos estudos de comunicação. Outra possibilidade, talvez menos conclusiva que a anterior, mas também válida, seria a análise do conteúdo noticioso produzido (pelo Senado), tão em voga nos anos 70 nas escolas de jornalismo, e que foi especialmente defendida por aqueles que tencionavam comprovar a manipulação da opinião pública, como bem recorda o professor Marco Antônio Rodrigues Dias (2002, 09). Nem um, nem outro. Os dois métodos, que obrigatoriamente pressupõem a coleta de dados quantitativos e um nível de complexidade analítica maior, foram afastados dessa pesquisa, pela impossibilidade técnica de execução e também por representarem um passo posterior ou complementar a esse estudo.

O caminho metodológico eleito, assim, restringiu-se a localizar documentos, relatos, textos, imagens e entrevistas que pudessem recortar momentos definidos historicamente para comprovar a existência de um serviço de comunicação no

Senado, que se alterou ao longo do tempo e na medida em que se modificavam as técnicas jornalísticas, os meios tecnológicos empregados, e o momento político e social por que passava o Brasil. Essa opção, porém, não pôde prescindir de um detalhamento de cada um dos elementos da relação.

Agora, que a realidade atual é o espaço em que a relação estudada está posta, somos obrigados a recolocar os conceitos, e também explicitar alguns institutos, entrelaçado-os na medida do que for possível. Ainda buscaremos identificar dados estatísticos ou mesmo qualitativos que possam vislumbrar as potencialidades da Agência Senado como instrumento de democratização da informação do Parlamento. Como entendemos que, com exceção das estatísticas, quase todos os segmentos já foram trabalhados, ainda que superficialmente, nesse resgate momentâneo vamos resistir a enveredar por discussões mais amplas, como a que trata do impacto das novas tecnologias na sociedade; os controversos temas afetos à ciência política, tais como a democracia representativa, constitucionalidade, sistemas eleitorais; ou ainda aos debates mais aprofundados das teorias de comunicação que sustentam essa abordagem, como é o caso do determinismo tecnológico. Assim, para montar na atualidade o quadro da relação estudada, começaremos pela explanação elementar do sistema político-eleitoral brasileiro e de como funciona a instituição Senado desse início de século XXI.

O Senado e a representatividade democrática – O Brasil adota o sistema presidencialista de governo e a República é exercida pelos três Poderes federais: Executivo, Legislativo e Judiciário. O Senado, uma das mais antigas instituições do país, tendo completado 180 anos em 2006, integra o Congresso Nacional e responde, ao lado da Câmara dos Deputados, pelo exercício do Poder Legislativo. Seus membros precisam ter no mínimo 35 anos de idade, e isso tem razão de ser, pois se espera que, por serem mais vividos, tenham maior serenidade e experiência no julgamento das leis. O sistema bicameral também foi pensado considerando-se essa condição, já que, à Câmara cabem as primeiras votações e o Senado assume a função de instância revisora. Os senadores são eleitos pelo princípio majoritário – o que quer dizer que ganha a vaga quem tiver o maior

número de votos -, em eleições diretas, livres, mas com voto obrigatório, como estabelecido no sistema eleitoral brasileiro. O mandato é de oito anos, mas a renovação da Casa se dá a cada quatro anos, na proporção de dois terços em uma eleição, e de um terço na eleição seguinte. Casa de representação dos estados da Federação, o Senado é composto por 81 membros, sendo três eleitos para cada um dos 26 estados da União e mais três pelo Distrito Federal. Com o senador também são eleitos dois suplentes, que assumem a vaga no impedimento do titular.

O Senado deve se ocupar da elaboração de leis e da fiscalização dos atos do Poder Executivo, ações que divide com a Câmara. Apesar de muitos não saberem, há competências que são privativas do Senado, entre elas, a aprovação de nomes de embaixadores, de autoridades monetárias, do procurador-geral da República e dos ministros dos tribunais superiores. Também autoriza ou não as operações financeiras externas e abertura de processo político contra o Presidente da República, o vice-presidente e os ministros de Estado, por crimes de responsabilidade, podendo produzir, como no caso do ex-presidente Fernando Collor de Mello, o *Impeachment* do presidente. Os senadores não podem ser punidos por suas palavras e opiniões e somente podem ser processados criminalmente se houver licença do Supremo Tribunal Federal (STF). Mas podem ser processados e ter seus mandatos cassados por seus pares, se a falta for entendida como quebra de decoro parlamentar.

As atividades principais dos senadores acontecem no Plenário, em que são realizados pronunciamentos, debates e votações, e nas 12 comissões permanentes da Casa (11 temáticas e mais a Comissão Diretora), além da Comissão Mista de Orçamento e a Comissão do Mercosul, ambas do Congresso Nacional, onde atuam senadores e deputados. Também tem sido constante, nas duas últimas décadas, o funcionamento de comissões parlamentares de inquérito (CPIs), que investigam irregularidades e denúncias de corrupção envolvendo os ocupantes de cargos públicos, e inclusive os próprios parlamentares. Esse, aliás, um dos motivos pelos quais o Legislativo tem ocupado parte significativa do espaço da mídia nacional. A destinação de verbas orçamentárias, que é também

atribuição parlamentar, é outro fator de escândalos, já que nessa atividade se localiza o maior número de denúncias de corrupção e de casos de conluio entre políticos e empresas privadas para fins de desvio de recursos públicos. Geralmente, os dois assuntos aparecem conectados.

A exigência da idade não é definitiva, mas pode influenciar, ao que se observa, para que no Senado exerçam o mandato vários ex-presidentes, ex-ministros de estado e ex-governadores – o que dá um tom de maior solenidade às suas sessões, se comparadas aos debates no Plenário da Câmara dos Deputados. Os parlamentares da legislatura 2007/2011, por exemplo, têm idade média de 59,8 anos em uma Casa composta por uma grande maioria de homens (90 %), sendo apenas nove mulheres senadoras, e um senador declaradamente negro. O grau de escolaridade também pode ser considerado como elevado já que cerca de 90% dos senadores possuem curso superior, com 25% destes formados em Direito, duas características que se mantêm desde a criação da instituição. Outros 50% estão distribuídos em profissões diversas como engenharia, medicina, economia, docência, jornalismo, cerca de 20% são empresários ou agropecuaristas e os 5% restantes atuam como líderes religiosos ou trabalhistas. Aparentemente, com exceção do baixo número de representantes dos trabalhadores, a distribuição profissional e por atividade é equilibrada na Casa.

Quanto à divisão partidária, enquanto na Câmara o cargo da presidência já foi ocupado por um representante do Partido Comunista do Brasil (PCdoB) e, atualmente, é dirigido por parlamentar do Partido dos Trabalhadores (PT), no Senado, apenas os partidos tradicionais têm se instalado nessa cadeira, até mesmo pela tradição de eleição de presidente originário do partido com a maior bancada. Hoje, o PMDB ocupa vinte vagas, os Democratas (ex-PFL) têm 17, o PSDB possui 13 representantes e o PT, que é o partido do Presidente da República, possui 12 senadores. As demais cadeiras estão distribuídas por oito legendas, muitas delas de partidos em processo de solvência ou fusão com outros, ou, ao contrário, de novas siglas em formação. Se formos levar em conta que os Senados anteriores eram monopolizados por representantes das

oligarquias, especialmente as rurais, e que os partidos com representação na Casa não costumavam passar de dois, é palpável já alguma tímida mudança.

Por serem em número mais reduzido também do que o são os deputados da outra Casa legislativa, que possui hoje 513 parlamentares, os senadores têm melhores condições de “aparecer” na mídia. Porém, o que se denota, por meio da própria imprensa, é que o tradicional caráter sério da instituição não tem evitado que os escândalos resvalém ou mesmo atinjam diretamente esse grupo de políticos. Tal situação se expressa em recente pesquisa de opinião divulgada em maio de 2007, produzida sob orientação do coordenador de graduação do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, professor Ricardo Caldas⁴¹. Apesar de a sondagem ter sido feita apenas na capital, onde a proximidade com o poder político representa um diferencial em relação a outras cidades do país, as vinte perguntas do questionário foram dirigidas a 1.283 homens e mulheres de diferentes níveis de escolaridade, renda e ocupação. Entre os vários dados, o que chama atenção é que 88,4% das pessoas disseram não confiar na classe política, sendo que os dois primeiros motivos alegados para esse sentimento foram a corrupção, com 28,04%, e a falta de compromisso público, com 23,78% dos votos. Alguns também, 11,78%, creditam a má-qualidade dos políticos a deficiências no sistema político-eleitoral do país.

Para nossa avaliação, interessa também isolar duas respostas: uma que indica quantas pessoas ainda acreditam na democracia (70,6%) e outra que aponta que o grau de desconfiança em relação ao Congresso é elevado (74,8%), mas menor do que o índice já citado em relação aos políticos. Os dois indicadores podem acenar com a idéia de que a existência da instituição em si não é descartada pela população, mas sim os seus atuais ocupantes. Na mesma linha, outro dado mostra que apenas 11,28% das pessoas consideram que a culpa da baixa qualificação moral da classe política se deve ao sistema eleitoral do país. Essa percepção parece coerente com as recentes modificações nas eleições, e o uso da votação eletrônica, mecanismo que não conseguiu varrer de cena os

⁴¹ A pesquisa do Prof. Ricardo Caldas está disponível no seguinte endereço eletrônico <http://contasabertas.uol.com.br/noticias/imagens/estudo%20Ricardo%20caldas1.pdf>

chamados “votos de cabresto” ou o uso do poder econômico para a compra de votos, mas praticamente baniu as fraudes eleitorais. Está expressa ainda na pesquisa a vontade de que o país passe por uma reforma política, confirmada por 90,3% das pessoas.

Apesar da complexidade da questão, podemos supor que, se a sociedade defende a manutenção da instituição, como um dos pilares da democracia, e se não é mais possível, ao menos em tese, burlar os resultados das urnas, a hipótese mais provável é que as raízes do problema estejam no perfil dos candidatos e no nível de consciência política do eleitor. Essa constatação, por sua vez, dirige o foco da responsabilidade para quatro elementos interconectados ao cenário da representação parlamentar: a carência de uma reforma política, tema que entrou na pauta de prioridades das três últimas legislaturas (12 anos) do Congresso, sem, contudo, ter conseguido avançar; o ainda baixo nível educacional da população; a não punição pela justiça comum e também pela justiça eleitoral dos candidatos comprovadamente criminosos; e o papel dos difusores de informações, mais particularmente, dos meios de comunicação.

Uma história da sociedade e suas tecnologias de comunicação – O tópico é audacioso, mas expressa a questão que atua como força motriz deste trabalho - a tecnologia na sociedade. Tema denso, quase todos os estudiosos que o abraçam tentam capturá-lo e compreendê-lo pelo viés histórico. Também optamos por essa trilha para responder à dúvida recorrente que permeia os grandes debates: quem provoca o quê na relação da sociedade com as máquinas? Especificamente, buscamos adentrar na discussão perguntando à história: as diferentes tecnologias influenciaram e influenciam a forma como o Senado – enquanto Poder Público – divulga suas informações para a sociedade, ou, as mudanças sociais (inclusive as *interna corporis*) forçam a adoção de novas tecnologias de comunicação pelo Senado? A melhor maneira de responder essa questão ainda é pela contraposição de pensamentos. Propomos aqui a explanação de três deles.

O ponto de partida pode ser tomado pela análise do primeiro referencial dos postulados do determinismo tecnológico defendido por Marshall McLuhan, para quem a tecnologia não apenas provoca alterações definitivas no processo

comunicativo da sociedade, como também orienta os próprios contornos dessa comunidade, pela forma como o homem passa a “sentir” o mundo através desses meios. Vamos tentar, pela trilha da Internet, apreender como raciocinava esse pensador.

Quando McLuhan morreu, em 1980, a Internet ainda era uma experiência restrita aos setores militares norte-americanos ou aos laboratórios de universidades, cujas pesquisas eram apoiadas financeiramente por empresas de informática. Se vivo estivesse, o que diria ele sobre essa ferramenta, que parece marcar o fim da fase da cultura da materialidade e a fixação do novo paradigma da sociedade da informação? Jamais saberemos. Mas podemos arriscar algumas idéias, entremeando duas de suas análises, em *Os meios de comunicação como extensões do homem*: uma sobre o telégrafo e outra sobre a automação.

A junção tem razão de ser, porque ambos são tratados pelo autor como inventos decorrentes da eletricidade e capazes de provocar o fim da compartimentalização das informações no cérebro humano. Em sua visão, o que “caracteriza a cibernação (ou automação) é exatamente o oposto” do que caracteriza a mecanização. Segundo McLuhan, “em lugar de se preocupar com máquinas separadas, a cibernação encara o problema da produção como um sistema integrado de manipulação da informação” (2003, 278). Na compreensão do autor, tanto o telégrafo, como o computador, por serem fundados na aceleração provocada pela eletricidade, seriam capazes de reunir, em um mesmo conjunto, energia e produção, informação e aprendizado. (2003, 393). Ora, considerando que o computador trabalha com a operação básica de entrada, processamento, e saída de dados, percebe-se que o mesmo sozinho não poderia dar conta, ainda que McLuhan enxergasse longe, de realizar a comunicação entre as pessoas até transformar o planeta naquilo que ele descreveu como uma “aldeia global”. No entanto, se ao computador fosse aliada a tecnologia anterior, do telégrafo, com o qual se deu “uma revolução no método de captar e apresentar as notícias”, (MCLUHAN, 2003, 282), isto passaria a ser viável, pois que enquanto aquele processasse, armazenasse, e disponibilizasse os dados, a técnica

empregada no segundo permitiria a transmissão instantânea de mensagens entre pontos distintos localizados no espaço.

Assim é que, McLuhan vislumbrou algo semelhante à Internet, adivinhando também que em pouco tempo, com a automação, chegariam “ao fim as velhas dicotomias entre cultura e tecnologia, entre arte e comércio, entre trabalho e lazer” (1964, 388). Sem ainda entrar nos detalhes de como a Internet surgiu, e o que ela é hoje, pode-se dizer que a crença daquele autor na capacidade de um meio determinar uma condição social era tão vigorosa que, nesse caso especificamente, ainda que ele apenas tivesse margeado mentalmente o surgimento do novo aparato tecnológico, já depositava em seus (do invento) antepassados tecnológicos grande poder transformador da sociedade. Não haveria novidade nesse pensamento, se vindo de McLuhan, para quem “os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, num passo firme e sem qualquer resistência.” (2003, 34).

Ao olharmos para a história, é inevitável concordar com a idéia de que tanto o telégrafo, e a escrita em seus primórdios, provocaram rupturas nas práticas sociais, educacionais, profissionais e até afetivas. Ainda é cedo pra saber se a Internet assim o fará, apesar de já existirem indicativos de que algo semelhante acontece associado não apenas à rede mundial de computadores, mas também a outros meios contemporâneos, como o telefone celular.

A segunda vertente de pensamento relacionada ao conceito de tecnologia vai encontrar no professor Álvaro Vieira Pinto um contundente opositor da teoria anterior. Para ele, cabe sempre aos ditames humanos desenvolver as técnicas e construir os meios que precisarem para seu uso e desenvolvimento. Ou não, se assim também não forem seus desejos. Aqueles que cuidam de estudar a técnica pela técnica, “fazem uma história exterior, meramente descritiva, dos inventos e criações tecnológicas”, critica o professor (2005, 243). Em sua visão, os que assim procedem procuram apenas pelos vínculos exteriores e superficiais entre os produtos tecnológicos e as técnicas e não conseguem ultrapassar o estágio da “narrativa das conquistas técnicas da humanidade”. Essa deficiência, por sua vez,

sustenta ele, faz com que os analistas não consigam apreender o “nexo interno, a razão fundamental que fornece a explicação correta dos acontecimentos, métodos e engenhos observados na superfície do desenrolar temporal” (VIEIRA PINTO, 2005, 243).

Especificamente, Vieira Pinto diz que ao analisar a historicidade dos inventos e dos meios, podemos detectar que não é por um ato “gratuito” que surge uma nova tecnologia, mas como resultado de uma imposição “sentida coletivamente pelo homem, genericamente falando, o qual em certa situação percebe como deficiência ou carência aquilo que até então lhe parecia realidade satisfatória” (2005, 244). Ele cita como exemplo o transporte ferroviário que só passou a se constituir em foco de pesquisas, quando foi percebido que a tração animal e a carroça não mais poderiam transportar as cargas que se avolumavam em quantidade e frequência.

É interessante pontuar que, mesmo que sua análise seja dirigida para as técnicas do trabalho e não especificamente para as técnicas de comunicação, o filósofo oferece para reflexão dois conceitos de relevante chamamento para esse estudo: a imposição histórica de mudanças que a trajetória humana vai desenhando, e a pressão que as camadas socialmente menos privilegiadas da população acabam fazendo, mesmo quando subjugadas, a fim de que a classe dominante, detentora de recursos financeiros e intelectuais, desenvolva técnicas capazes de aliviar o pesado fardo do trabalho diário a que são submetidos os mais pobres.

Reconhece Vieira Pinto, assim, que não há como dissociar a história dos inventos da história do homem. Também não parece haver ineditismo nessa posição. Tanto é assim que, a opção pela descrição histórica dos fatos relacionados com a comunicação do Senado demonstra que o desafio consiste em investigar, pelos sinais no tempo, quando a adoção de uma nova tecnologia pode ser tomada como determinante na reorganização de uma sociedade ou não.

Por isso, a terceira linha de pensamento selecionada para entender o processo em análise se baseia na adoção do princípio axial desenvolvido pelo

teórico Daniel Bell, que defendeu que, após a década de 70 a sociedade deveria ser vista como uma sociedade pós-industrial. Na verdade, Bell é considerado um dos primeiros pesquisadores a esboçar o que depois passou a ser chamada de sociedade da informação e do conhecimento. Esse irreversível processo para o qual se dirigia a cultura contemporânea, afirmava ele, era acompanhado, em todos os sentidos, pela participação das máquinas e dos meios de comunicação. Assim, pelo princípio axial, a tecnologia e os meios que lhe dão forma deveriam ser compreendidos a partir de sua característica de centralidade em relação a um determinado fenômeno sob investigação, não como causa, nem como consequência, mas como eixo central a nortear a observação.

O preceito demonstra adequação para o tipo de análise que aqui se faz, pois permite que, no esboço de uma linha histórica, seja notabilizado qual fator foi mais preponderante na conformação cultural daquela sociedade do momento. Vejamos o que diz Bell:

Os prismas conceituais e as estruturas axiais têm grande valor porque nos permitem adotar uma posição multiperspectiva ao procurar compreender a transformação social, mas eles não se privam do valor representado pela percepção da 'lógica fundamental' das instituições-chaves ou dos princípios axiais dentro de um esquema particular. (BELL, 1977, 24).

Segundo o professor, a adoção do princípio axial evita que, no estudo da configuração e das transformações de uma cultura específica, se caia em um "determinismo estreito, como, por exemplo, o determinismo econômico ou determinismo tecnológico", mas ao mesmo tempo, destaca o autor, a diretriz permite que seja particularizada uma "lógica fundamental dentro de um determinado esquema conceitual" (BELL, 1977, 24).

Assim, falando genericamente sobre os meios de comunicação adotados ao longo da história da humanidade, não podemos garantir o determinismo desses artefatos como agentes causadores das principais mudanças sociais, ainda que exista um relativo consenso de que, nas sociedades complexas modernas, em especial naquelas que adotam o intenso uso da escrita, as transformações profundas estão calcadas nas mudanças tecnológicas. Nesse matiz, aliás, chama a atenção o raciocínio que considera que os meios de comunicação nas

sociedades recentes são utilizados como instrumentos de engajamento e participação e não mais como condição *sine qua non* para a existência das comunidades. Como pontua L.C. Martino:

...a forma de organização coletiva que dispomos hoje traz em seu bojo uma transformação radical no que concerne ao papel da comunicação dentro da estrutura coletiva: o processo comunicativo deixa de ser analisado em sua generalidade, não sendo mais tratado como o fundamento da consciência humana (quer em sua forma coletiva ou individual) ele passa a ser investido como estratégia racional de inserção do indivíduo na coletividade (2003, 33).

Outro a pensar assim é Antonio Hohlfeldt (2003, 63) para quem “existe uma íntima relação entre os processos comunicacionais (e suas tecnologias) e os desenvolvimentos sociais”. O que corresponde a aderir, no âmbito dessa pesquisa, ao consenso de que a Internet e as outras formas de comunicação modernas, juntamente com o sentido dado a elas pelo homem, podem alterar a organização do Estado, da sociedade e gerar espaços públicos merecedores de reflexão, da mesma forma como ocorreu com a escrita.

Por outro lado, não devemos ser categóricos, nesse singular espaço que aqui delimitamos, em afirmar que apenas quando o homem sentiu necessidade, foi criada, desenvolvida ou adotada uma nova tecnologia comunicacional. Nunca é tão linear assim. Os processos se misturam e a trajetória de história de comunicação da instituição Senado é um exemplo dessa verdade. Desde a época romana, passando pela assembléia revolucionária da França, e pelo parlamento da América independente, até chegarmos à formação e depois à atual configuração do Senado brasileiro, muitas condições se sobrepuseram e afetaram a maneira como se comunicava o Senado com a sociedade.

Portanto, o que é possível verificar, ao lançarmos um farol sobre o passado da relação entre o Senado e a sociedade mediada pelos canais de comunicação, é que o Senado sempre dispôs, em diferentes formatos, de instrumentos de realização desse diálogo (nem sempre direto) com a população, para formar sua imagem ou para firmar seu poder. Isso foi feito de várias formas: pela criação ou utilização de instrumentos próprios de divulgação, as atas romanas, publicações dos debates da Assembléia Francesa, ou a fundação de complexos de

comunicação como o do Senado Federal brasileiro atual. Muitas vezes também teve que se apoiar na imprensa privada, jornalistas ou empresas, para realizar essa troca, como nos primeiros anos do Congresso americano em que vários parlamentares eram proprietários ou editores de jornais; ou pela contratação de jornalistas da iniciativa privada, de maneira aberta, como no Senado Imperial, no tempo de Machado de Assis, ou de maneira menos transparente, nos primeiros anos de Brasília, quando jornalistas da imprensa privada eram contratados também como assessores de parlamentares.

Também se pode constatar que apesar de apoiarem a idéia, não foram os senadores, ao menos na atualidade, os propositores iniciais para criação de sistemas ou veículos de comunicação que iriam ser utilizados, mas sim os funcionários, assessores ou jornalistas da Casa. Já quanto à técnica ou tecnologia empregada, a variação de condições se repete, com uma tendência maior para a situação em que o meio ditou a intensidade da comunicação que, ao menos em tese, o Senado desenvolvia com a população. Assim, pela ordem colocada, temos que se não fosse pela escrita e pelo papiro, dificilmente o Estado e o Senado romano teriam conseguido expandir tanto seu domínio. Aqui temos um exemplo típico de afirmação do poder, inclusive militar, que tinha o Senado daquela época, mas que também alcançou outra instância de influência: a sociedade romana letrada que tomava conhecimento do que ocorria na tribuna senatorial pelas cartas e atas do Império. Mais a frente, teremos outro exemplar de força do meio, que foi o momento da Revolução Francesa, quando os jornais ganharam corpo, ao lado de vários outros impressos, alguns deles específicos da Assembléia revolucionária, espalhando pelo interior do país as novas idéias de liberdade, fraternidade e igualdade. De acordo com a maioria dos estudiosos daquele movimento, dificilmente a Revolução Francesa – e com ela suas novas instituições como a Assembléia – teria o impacto que teve e sua rápida disseminação não fossem os impressos. Outro momento similar e próximo no tempo desse último, e que marcou o surgimento da imprensa moderna, foi a Revolução Americana. Ali foram geradas as bases para a constituição do novo país e também os preceitos democráticos que se espalhariam pelo mundo. Ainda aqui, a força da

comunicação, em especial dos pequenos jornais do interior, é inegável, mas o parlamento, propriamente dito, não teve sua divulgação profundamente alterada em função do meio, mas sim em função das recentes liberdades e prerrogativas institucionais que o novo país definia, principalmente impulsionado pela imprensa e pela Justiça.

Enquanto isso no Brasil, que é o objeto de nossa curiosidade maior, o meio de comunicação disponível não foi definitivo para que o Senado dos primeiros anos de independência de Portugal se fizesse ouvir. A preocupação da instituição consistia em registrar, por meio da escrita manual, simples ou taquigráfica, os acontecimentos da Casa, deixando apenas para a imprensa oficial a ‘publicização’ dos atos dos senadores. Nesse caso, ainda que a imprensa privada utilizasse recursos como charges, caricaturas e artigos, instigando o Senado a assumir suas funções institucionais na direção da vida pública nacional, as características de vitaliciedade e de pouca autonomia representativa da Casa da época Imperial resultaram em um desinteresse geral por parte dos senadores em se comunicar com o público. Essa situação é também um bom exemplo de que a disponibilidade de uma técnica nem sempre é definidora da comunicação que se estabelece entre um Poder Público e a sociedade, pois, apesar da distância e das poucas condições estruturais, a tecnologia do telégrafo, que foi descoberto por Samuel Morse em 1844, já estava disponível para uso no Brasil oito anos depois.

Ainda assim, conforme apuramos, a aceleração de instalação da tipografia nos países latinos aconteceu, na maioria dos casos, por iniciativa do Estado, que tinha necessidade de assentar sua administração. Logo depois, já em um país republicano, as condições políticas, aqui resumidas pela censura à liberdade de expressão, tanto na ditadura Vargas quanto na época da ditadura militar, foram mais determinantes que qualquer meio de comunicação – e atentemos para o fato de que já existia rádio e TV no país – em definir a pouca interlocução entre os senadores e a sociedade. O cenário começa a se inverter com a redemocratização do país, em meados da década de 80, quando a liberdade de imprensa passa a ser condição basilar para a abertura política e as novas tecnologias iniciam a pressão por uma mudança do grau de divulgação dos atos

do parlamento. As duas condições, abertura democrática e novas tecnologias, parecem ter se juntado, mesmo em um cenário de concentração dos meios de comunicação por grandes e poucos grupos empresariais, para rascunhar um novo formato de diálogo do Senado com a sociedade. Aqui aparece a Internet, não como panacéia do mundo globalizado, mas como um novo recurso de que se pode servir o Poder Público, aqui representado pelo Senado, para tentar entabular algum colóquio com a sociedade, sem os habituais filtros da mídia privada.

5.1. A Internet, a Agência Senado, e o público

A Internet é um novo meio de comunicação, criado no século XX pelos Estados Unidos e por alguns países da Europa, que chegou ao Brasil no começo da década de 90. Ela também é chamada de rede mundial de computadores (*Word Wide Web*) justamente porque seu funcionamento acontece simultaneamente em quase todos os países do mundo e consiste na interligação das pessoas por redes informatizadas de comunicação – hoje não apenas realizada por computadores, mas também por celulares, terminais eletrônicos etc.

Uma das tecnologias símbolo do que se convencionou chamar de sociedade da informação, a Internet tem, entre suas características, capacidade autônoma de expansão, se propagando e se multiplicando, exponencialmente e, sem controles formais, desde que foi inventada. Saída de múltiplas mãos, hoje nenhum de seus mentores pode avocar direitos autorais sobre seu uso, mas no máximo, de produtos que por ela trafegam. Tudo que está na rede, a princípio, está acessível a todos que se conectam. A comunicação se estabelece por meio de protocolos de redes de dados que estabelecem as conexões e seus controles, sendo o mais conhecido o TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

Assim como outras tecnologias de comunicação adotadas no passado, a Internet tem demonstrado capacidade para introduzir radicais alterações na sociedade, seja pelo uso crescente de que é objeto, seja porque desperta o interesse dos teóricos em capturar a abordagem ideal para defini-la e também aos seus mecanismos e impactos.

Talvez a melhor forma para iniciar essa análise seja o exame do nascimento da Internet. Ao contrário do que muitos apregoam, a Internet não surgiu unicamente de necessidades militares da nação norte-americana preocupada com a segurança de informações frente aos russos. Pelos relatos e registros anotados, uma dinâmica rede de cientistas, tecnólogos de informática e empreendedores participou desde o princípio (final da década de 60) do desenvolvimento dessa tecnologia. A participação de vários agentes na criação da Internet é o principal argumento dos estudiosos que defendem a aplicação de uma abordagem contemporânea construtivista para a compreensão do surgimento dessa tecnologia. Por essa linha de raciocínio, o nascedouro da Internet deve ser compreendido como um processo em que toda produção tecno-científica e sua posterior utilização decorrem da interação entre os pólos de conhecimento e o tecido social.

Segundo Manuel Castells, que não é exatamente um defensor da posição construtivista, mas que apresenta pensamento congruente ao tratar do surgimento da Internet, todo invento revela “um estágio de conhecimento” de uma sociedade específica (2005, 73), uma vontade de adotar certa tecnologia, podendo até mesmo significar o prenúncio da formação de novos elos sociais. Ele toma o cuidado, porém, de esclarecer em outra passagem, que a tecnologia computacional que subsidiou a criação da Internet, e que começou a ser gerada na década de 50, no Vale do Silício, na Califórnia, foi influenciada por vários fatores institucionais, “mas não se originou de qualquer necessidade pré-estabelecida”, tendo sido “mais o resultado de indução tecnológica que de determinação social”, (CASTELLS, 2005, 98).

É nesse momento que o mesmo autor, outrora defensor da tese de que a sociedade determina o invento que será incorporado ao seu dia-a-dia, envereda para outra linha teórica, e da qual também se pode lançar mão para compreender a adoção da Internet pela sociedade moderna, que recebeu a denominação de determinismo tecnológico e foi elaborada por Harold Innis e Marshall McLuhan.

No caso da Internet, explica Castells, a mudança foi sendo desenhada em outras instâncias que não apenas nas configurações de sistemas informatizados, e as redes físicas ou virtuais foram, paulatinamente, substituindo a lógica dos traçados em série ou lineares que marcou a era da produção industrial. Ele defende a idéia de que a Internet foi uma das típicas tecnologias surgidas graças a um processo em que uma inovação tecnológica “puxa” a outra e impulsiona o desenvolvimento econômico, não se constituindo nunca em um “fenômeno isolado”. (CASTELLS, 2005, 73) ⁴².

Não sem correr algum risco de simplificação, podemos dizer que, se adotado esse pensamento, a emergência da sociedade da informação e a montagem de uma vivência em rede devem ter quebrado o paradigma da linearidade e materialidade. Para Castells (2005), a Internet pode, assim, ser citada como contundente exemplar das recentes revoluções tecnológicas cujas matrizes repousam na informação e que surgiu porque condições favoráveis e coincidências permitiram sua concretização. Entre elas, ele cita: um ambiente institucional e industrial específico, talentos para definir e solucionar problemas; mentalidade econômica; uma rede de fabricantes e usuários interessados.

Com o auxílio da detalhada descrição que faz Castells (2005) sobre a implantação da Internet, podemos considerar que existiam, nos anos que marcaram seus primeiros experimentos, vários elementos facilitadores do advento da nova tecnologia. Vale lembrar, pelas anotações do autor, que, em âmbito muito mais amplo, e na seqüência da Era Industrial, instalou-se, nos últimos cinqüenta anos no mundo:

⁴² Esse pensamento está de acordo com o de Thomas Kuhn (1975), que trabalhou o conceito de revoluções científicas e sustenta que as mudanças na ciência não acontecem apenas por um processo tranquilo e previsível de acúmulo de conhecimentos como muitos supõem. Segundo esse pensador, as grandes descobertas científicas, ou revoluções, acontecem exatamente quando estão presentes dois elementos: a “desintegração das tradições” e o aparecimento de controvérsias. Nesse momento, diz Kuhn, as regras com as quais os cientistas estão acostumados a trabalhar já não conseguem atender plenamente a explicação dos fatos da natureza – acontecem falhas das experiências, dúvidas sobre sua validade, novas pesquisas e, finalmente, uma nova descoberta que passa a referenciar as pesquisas subseqüentes – roteiro que expressa a síntese da quebra de um paradigma e a instalação de outro. A revolução científica, assim, é uma ocorrência rara, alerta ele, pois a ruptura de um paradigma em voga deve ser total, para caracterizar uma revolução.

Uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação que começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado. Economias por todo o mundo passaram a manter interdependência global, apresentando uma nova forma de relação entre a economia, o Estado e a sociedade em um sistema de geometria variável (CASTELLS, 2005, 39).

Outro pensamento, que se relaciona ao anterior e também é de Castells, diz o seguinte:

Computadores, sistemas de comunicação, decodificação e programação genética são todos amplificadores e extensões da mente humana. O que pensamos e como pensamos é expresso em bens, serviços, produção material e intelectual, sejam alimentos, moradia, sistemas de transporte e comunicação, mísseis, saúde, educação ou imagens (2005, 69).

Quase como uma lembrança distante, mas pulsante, de McLuhan, que disse:

O meio é a mensagem. Isto apenas significa que as conseqüências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos (MCLUHAN, 1972, 21).

Assim, podemos afirmar que as condições que aqui serão alinhadas, por suposição, devem ter marcado outras ferramentas dessa nova era tecnológica. No caso da Rede mundial de computadores, relata Castells, existiam quatro estruturas básicas no começo da década de 70 que se fundiram para a criação da Internet: estratégia militar, cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural.

Naquele momento, estavam presentes: a superação frenética e diária das tecnologias computacionais; o constante barateamento das máquinas; uma concentração de jovens cientistas e tecnólogos em centros universitários (e fora deles) interessados em pesquisas de ponta na área da informática; motivações estratégico-militares dos Estados Unidos em proteger sua rede de dados de espionagens externas; um clamor por novidades no campo comunicacional; o barateamento e a proliferação de condições técnicas para disseminação rápida das informações (antenas, satélites, fibras óticas, telefones móveis); a globalização dos mercados e o incremento das trocas comerciais; recursos fartos de um bom número de empresários interessados nas vantagens futuras da nova

tecnologia. Noção que reforça a idéia da forte interação que amarrou o nascedouro da Internet: Governo, empresários, universidades e pesquisadores autônomos, (que compartilhavam o interesse pela genialidade e a vontade de enriquecer com a novidade), formaram a primeira teia de construção do aparato.

Dessa forma, mesmo tendo existido uma soma visível de fatores sociais favoráveis ao surgimento da Internet, não se pode negar que alguns recursos oriundos desta ferramenta foram se tornando imprescindíveis e até desvirtuados de sua destinação original, como é o caso do correio eletrônico. Sua finalidade inicial era servir ao interesse militar, mas, em pouco tempo, um de seus principais recursos, a comunicação de mensagens pessoais - no caso entre os engenheiros e cientistas envolvidos na iniciativa tecnológica – fugiu ao controle de seus iniciais gestores e passou a dominar o motivo para sua adoção pelos novos usuários da Rede.

Outros elementos constitutivos, inanimados, também rondavam e integravam as evoluções da Rede: a grande oferta de silício – matéria-prima do *chip* - na Califórnia, que também aninhava as principais universidades custeadoras das pesquisas; a miniaturização constante e acelerada dos chips; o crescimento das redes de informática e de telecomunicações; o barateamento dos *modem*, apenas para citar alguns.

Ao mesmo tempo, diz Castells, um forte movimento de contracultura impulsionava a rede. Esse grupo era formado por pessoas que se apoderaram dos métodos até então conhecidos de funcionamento da Internet para espalhar, de maneira horizontal e independente, a nova tecnologia. Incluem-se nesses grupos os *hackers* – ou piratas da Rede. Também fazem parte deste movimento, os criadores europeus e autônomos da teia mundial de computadores *www* (*world wide web*), do *browse* e do hipertexto⁴³, que defendiam o acesso irrestrito e facilitado de todas as pessoas à Rede.

⁴³ De acordo com definição da biblioteca virtual, denominada *wikipédia* (de livre acesso e composição pela comunidade da Internet), os três conteúdos são interdependentes, pois o *browse* é um programa que permite aos usuários interagirem nos textos colocados em linguagem de hipertexto hospedados em um servidor *www*, de acesso à Internet.

E a sociedade em geral? Tudo leva a crer que, depois do primeiro contato com a tecnologia, passavam a observar e aguardar atentamente as novidades tecnológicas. Pois, no dizer de Castells, “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (2005, 43). A dependência tecnológica não se dava apenas no mundo do computador pessoal, mas nas tecnologias informatizadas dos eletrodomésticos, eletroeletrônicos, carros, transportes públicos etc.

Com significativo teor determinista, há que se citar a dependência psicológica gerada pelo novo aparato: as máquinas e a Internet passaram a permitir a privacidade e segurança da resolução de um sem número de demandas diárias a partir de ambientes fechados (casa, escritório, cafés) – e isso não é pouco em tempos de violência urbana. A autonomia e independência que os computadores imprimem à vida diária também são relevantes. O *e-mail* volta a ser um bom exemplo. Imaginemos ter que aguardar, em um mundo acelerado como o nosso, uma média de três dias para mandar uma mensagem pelos correios. Reverter tal quadro seria o mesmo que convencer a população que tinha acesso a tudo isso, da validade de um retorno à época das cavernas.

Sustenta ainda Castells que muitas das aplicações da Internet tiveram origem em invenções inesperadas de seus próprios usuários (2005, 86). Cientes disso, tentaremos, a partir desta etapa, identificar parte do grande número de conceitos e padrões de comportamento incorporados ao dia-a-dia da sociedade a partir da Internet. A compreensão dessas novas categorias nos permitirá fazer a passagem entre o contexto que abrigou a criação da Rede e sua adoção para as linhas de pensamento que tratam da prática que envolve seu uso nos dias de hoje, em especial no ambiente foco de nosso estudo: o jornalismo praticado pela Agência Senado. Claro é que, por mais relevantes que sejam essas novas conceituações, seria impossível açambarcá-las neste trabalho, motivo pelo qual vamos citar algumas, sem referenciá-las bibliograficamente pela notoriedade que possuem. Apenas as concepções relacionadas com a informação noticiosa e com o jornalismo eletrônico serão um pouco mais detalhadas.

Começamos pelas mudanças na vida diária das pessoas: na comunicação interpessoal, em especial entre os jovens, já existem especulações e até estudos indicando uma tendência de que essa comunicação, e até a conversa telefônica, esteja sendo substituída pela troca de mensagens por meio de programas de bate-papo (*chats*) instantâneos ou por correio eletrônico (*e-mail*), pelos contatos nas chamadas comunidades virtuais, cujo *Orkut* é o exemplo mais conhecido. As operações bancárias, compras, e outras transações comerciais também são outros típicos usos da Internet, que consegue agregar, nesses casos, os quesitos de segurança e privacidade a essas ações, o que não é pouca coisa em tempos de violência urbana. Nos ambientes de trabalho, praticamente todas as atividades dos setores produtivos, até mesmo do setor primário, dependem da comunicação entre redes de computadores para se concretizarem. A educação também, capitaneada pelo chamado Ensino a Distância – EAD – tem sido alterada em seus formatos de ensino e estudo, desde a pesquisa, da composição de textos, do uso do dicionário, da utilização de dados diversos para subsidiar trabalhos escolares, de inscrições e realização de provas. Na vida pessoal, na área de saúde, como os consultórios virtuais, enciclopédias da saúde, centros virtuais de diagnóstico e recebimento de resultados de exames; no lazer e na cultura: leitura de livros, textos, recebimento de fotos, vídeos, dicas de turismo, jogos, visitas virtuais a museus e exposições, audições musicais; no governo, pelos *sites* institucionais de informações e também os de serviços, inseridos no chamado *e-governo*. Essa quase infindável lista é formada por usuários que não apenas utilizam, mas também alimentam a Internet.

No caso do jornalismo, a Internet permitiu o surgimento de alguns conceitos recentes: tempo real ou informação *on-line*, acessibilidade, mundo virtual ou ciberespaço, interatividade, confiabilidade, recursos multimídia, exclusão digital, e ainda o *web-jornalismo* ou jornalismo digital, navegabilidade. Neste caso também, em função da variedade descritiva ou analítica que atingem essas concepções, optamos por referenciá-las a partir de visões genéricas do tema, muitas delas constantes em obras de observadores contumazes do assunto, como Pierre Lévy.

Assim, partamos do mais genérico dos conceitos relacionados com a Internet, refletido pelos termos “mundo virtual”, “ciberespaço”. Esses termos servem para denominar, segundo Lévy, a existência de “um panorama de elevada utilização da rede eletrônica” (2003, 367-383), em que os indivíduos não carecem mais da concretude física da matéria para se sentirem parte de um contexto de que estejam distantes fisicamente. É interessante observar, que o conceito, ao contrário do que possa parecer, não trabalha a idéia de virtual em oposição ao real, visto que o objeto de compartilhamento existe, ou se acredita existir, mas faz aflorar dimensões outras que os meios físicos, como o papel, não conseguiam perfazer. Para este autor, o nascimento da Internet abriu possibilidades reais de inclusão dos indivíduos nos espaços de conhecimento e decisão. Ele vislumbra, inclusive, um cenário em que o eleitor não apenas terá condição de se expressar, mas também de acessar informações, em um quadro de transparência e universalidade das esferas públicas, que, em uma variação do termo primeiro pode ser chamada de “ciberdemocracia”.

O jornalismo digital, ou *web-jornalismo*, é aquele praticado em plataformas digitais, o que equivale dizer, por redes informatizadas de computador, principalmente pela Internet e tendo como característica principal a divulgação instantânea das notícias. Para Dênis de Moraes (2003, 210-211), o baixo custo e a rapidez da tecnologia digital favorecem a “difusão extensiva de informações e conhecimentos”. Ele também cita a vantagem que a divulgação eletrônica oferece, em alguns sites noticiosos específicos, da redução de filtros ideológicos e de controles geralmente presentes na mídia convencional. Algumas práticas e características do jornalismo digital têm se sedimentado a ponto de criar novas nomenclaturas: como tempo real, jornalismo *on-line*, web-jornalista, apenas para citar algumas.

Tempo real é a mais emblemática das denominações, pois traz à cena das discussões a questão da temporalidade das ações e sua respectiva reportagem à sociedade. De maneira simplificada, consiste na prática de escrever e disponibilizar as notícias o mais rapidamente possível após a ocorrência do fato. É essa atitude que confere o principal atributo do chamado jornalismo on-line: a

instantaneidade. Para Sylvia Moretzsohn, que estudou o assunto minuciosamente, o tempo real, a bem da verdade, criou um “fetiche” no sistema produtivo de notícias, que consiste em disseminar a lógica segundo a qual “chegar na frente torna-se mais importante do que dizer a verdade” (2002, 120). Para a professora, o jornalismo em tempo real foi sendo incutido na sociedade para satisfazer necessidades do capital financeiro e não reais desejos dos leitores, como tentam convencer os proprietários dos sites de notícias. Ela também aponta, reforçando sua tese, as profundas mudanças que esse novo formato de comunicação impôs ao processo de produção de notícias, principalmente pela “radicalização da corrida contra o tempo” que já caracterizava as rotinas dos repórteres, ou web-jornalistas, retirando desse profissional o papel de mediador das informações repassadas ao público (2002,168). Decorrente dessa percepção a estudiosa também critica a superficialidade do material produzido. Não é preciso buscar, nos teóricos de defesa da Internet, posições favoráveis ao jornalismo em tempo real, ou *on-line* (que remete ao caráter de instantaneidade), para constatar uma polêmica imanente ao tema, mas também um possível caminho sem volta para esse quadro. Basta para isso, que se observe o grande número de empresas de comunicação que, nos últimos anos, migraram seus processos produtivos dos tradicionais suportes impressos – jornais, revistas – para portais noticiosos na rede.

Os sufixos “dades” servem para denominar vários outros termos que dizem respeito a propriedades identificadoras do jornalismo on-line. Assim é que temos: navegabilidade: características de que são portadores alguns sites e que exprimem o grau de facilidade que um internauta – usuário da Internet – tem ao “navegar” naquela página. Acessibilidade: utilizado para qualificar o grau de acesso que uma página eletrônica oferece a uma pessoa que tem deficiência visual ou auditiva. Quanto a esse aspecto, aliás, os *sites* do Senado e o da Agência Senado, em especial, saíram na frente entre os portais governamentais de notícias, pois que ambos já são 100% acessíveis desde o ano de 2005.

Assim também, os atributos que um *site* oferece para facilitar a troca entre o usuário e os produtores de notícia são entendidos pelo termo interatividade.

Apontado como o remédio para todos os males plantados pela ditadura da não-comunicação, a interatividade está representada em muitos sites por dispositivos do tipo das enquetes, *chats*, “fale conosco”, pontuação qualitativa das matérias, personalização de páginas noticiosas etc. Não há como afirmar, ainda, qual o grau de eficácia que esses recursos oferecem no sentido de realizar essa tão sonhada interação entre o emissor e o receptor da notícia, mas é possível imaginar que, entre os meios de comunicação disponíveis, a Internet, ao lado da TV digital que se instala no Brasil deve agregar as maiores habilidades para o feito. Na avaliação do diretor-adjunto da Agência Senado, Davi Emerich, esse é um dos pontos fracos do veículo, que oferece um e-mail para contato do leitor, mas os números de comunicações ainda são considerados baixos em comparação com o tráfego de acessos ao *site*. Eles são da ordem de cem ao mês, sendo a maioria (85%) de sugestões ou críticas aos senadores, outros 10% tecendo críticas aos produtos ou serviços da Agência e um terceiro grupo, com cerca de 5% pedindo esclarecimentos sobre informações legislativas. Há que se informar, sobre esse aspecto, que desde janeiro de 1997 funciona no Senado o Serviço 0800 - A Voz do Cidadão, dentro da estrutura de comunicação da Casa, criado para receber, pelo telefone, as manifestações do eleitor. Esse setor também se encarrega, atualmente, da realização de pesquisas de opinião sobre temas palpitantes na sociedade e que sejam objeto de proposições legislativas.

A TV digital nos remete a outra apoteótica terminologia que se refere aos recursos ‘multimídia’ que caracterizam a capacidade, hoje praticamente intrínseca à Internet, de integrar em um mesmo dispositivo – no caso o computador – recursos de imagens fixas e animadas, áudio, texto. Algumas configurações, adotadas por *sites* noticiosos multimídias, já estão sendo apontadas como antecipações de um inevitável processo de integração de todas as mídias: rádio, televisão, jornal e internet, em um único meio de comunicação, pelo uso da tecnologia digital.

Finalmente, temos o termo “exclusão digital”, parente próximo da “exclusão social”, e que serve para representar a condição de algo ou alguém estar fora, geralmente pela impossibilidade de acesso, do usufruto de todas essas

ferramentas tecnológicas de comunicação, em particular da Internet. O termo também foi cunhado no sentido de mostrar o resgate das discussões típicas da teoria de comunicação que avalia as possibilidades que um meio possui ou emprega para promover o acesso da população à informação pública.

Aparentemente, em um país com um percentual elevado de pobres, como é o caso do Brasil, essa seja considerada como uma barreira intransponível para a Internet. Os macro-dados dessa tecnologia, seu crescimento e progressão geométrica desde quando começou a ser popularizada⁴⁴, em 1995, no Brasil, indicam que a tendência é que seu uso continue a se expandir. Entre os elementos positivos para essa constatação está a de que, apesar de crescer mais devagar do que ocorre em outros países, o Brasil é o décimo país em número de usuários no mundo. Se no planeta os internautas já somam quase um bilhão de pessoas, no Brasil esse número está próximo dos quarenta milhões de brasileiros. O crescimento é mais lento coerentemente com as desigualdades regionais do país, cujo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) consta como o 69º entre 177 listados, de acordo com relatório divulgado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) de 2006.

Existem, no entanto alguns elementos de esperança para essa expansão como: a inclusão de pessoas de classes mais pobres financeira e culturalmente no mundo tecnológico, já que utilizam computadores em seus ambientes de trabalho; o crescimento da utilização entre minorias (pessoas com deficiência, homossexuais, negros) – o que pode reduzir as desigualdades sociais; a relativa autonomia das pessoas frente a sistemas tradicionalmente fechados e poderosos: como os bancos, os conglomerados de comunicação; o barateamento dos computadores pessoais, e a perspectiva mais concreta disso é que o governo federal já acertou a produção nacional para venda de computadores ao preço de US\$ 100 dólares, especialmente para as escolas; a proliferação de centros públicos e comunitários de conexão gratuita (bibliotecas, prefeituras, escolas, universidades, órgãos públicos); o barateamento ou gratuidade dos provedores de

⁴⁴ De acordo com informações do site do Comitê Gestor da Internet, em 1987, a Secretaria da Ciência e Tecnologia do governo do Estado de São Paulo criou um grupo de trabalho para promover a implantação da RCT – Rede de Ciência e Tecnologia, precursora da Internet.

Internet; a difusão das linguagens de computadores e da língua inglesa – que tem maioria maciça na Rede - são algumas facilidades. Muitos apostam que a Internet irá chegar a cerca de um quarto da população – estimada em seis bilhões de pessoas ao final de 2006 - até o final da primeira década do século XXI (2010), mas os excluídos digitais deverão continuar excluídos até lá já que o são pela exclusão social.



Figura 17 - Agência Senado – situada no “Aquário” ao lado do Plenário do Senado / 2007 – Fotografia de J. Freitas.

Assim, o que se depreende, a partir da definição das novas práticas que circundam a Internet, é que existem concepções diametralmente distintas quando a intenção é abordar o futuro desse novo meio na sociedade: ora voltadas ao pessimismo radical, ora tendentes ao otimismo ingênuo. Dessa forma, temos os autores que advertem para os perigos de uma visão exageradamente positiva acerca do potencial da Internet, principalmente quando se trata da questão do acesso. Esse é o pensamento, por exemplo, de Monika Dowbor e Hélio Silva (2000), para quem a discussão sobre os meios de comunicação de massa, inclusive sobre a Internet, precisa, “imprescindivelmente, ser submetida a uma

análise crítica”. A abordagem, para esses autores, deve incluir o questionamento sobre as ações realizadas até agora para que “uma ampla parcela da sociedade” possa ter acesso a esse novo meio. E mais que isso, é pungente o incômodo de alguns autores, como Ladislau Dowbor, para o grau de contradições geradas no seio da sociedade por causa da Internet e de outras tecnologias da informação. Segundo esse autor, não se pode esquecer que pouco menos da metade da população mundial ainda vive no campo e o analfabetismo atinge um bilhão de pessoas, “pessoas que foram reduzidas a um nível de pobreza que torna a Internet e semelhantes uma piada” (2000, 58).

Na verdade, essa corrente de pensamento não aceita que os debates desvinculem os meios de comunicação e a realidade socioeconômica em que estes se inserem. Monika Dowbor e Hélio Silva, citando tese de Milton Santos, observam que é necessário ter em mente que o capitalismo transformou todos os indivíduos em meros consumidores, “privilegiando a cultura do dinheiro, do consumo desenfreado, de uma identidade homogeneizada e globalizada, em detrimento de valores que visam uma maior justiça social” (2000, 233). Outra preocupação da dupla, coerente com a idéia anterior, diz respeito à origem e à forma como são criadas as mensagens das informações que trafegam por esses novos meios, isto é, “se a informação vem de fontes pluralistas ou se é gerada por grupos de interesses que a monopolizam”, (DOWBOR & SILVA, 232, 2000).

Também Ladislau Dowbor pontua que não há como desconectar as novas formas de comunicação, como é o caso da Internet, da questão da dominação econômica, e de fenômenos como a globalização e a concentração do poder político e econômico. Ele lembra que as novas tecnologias pertencem a um restrito grupo de megaempresários de comunicação do planeta e que são estes grupos que controlam também outros “eixos dinâmicos” por onde correm pesados recursos, como a informática, a engenharia genética e a manipulação financeira (2000, 58). Muitos outros pensadores encaminham as discussões nesse sentido e poderiam aqui ser citados, mas o que é relevante para as intenções desta pesquisa é registrar que o juízo principal desse grupo de referência é o de que as condições de acesso à informação estão subordinadas às estruturas sociais,

culturais e econômicas de uma população e que, portanto, a Internet seria apenas mais um meio, entre os demais, a repetir os formatos de dominação cultural que o poder econômico gera.

Na outra ponta, temos os defensores da nova mídia, como Manuel Castells e Pierre Lèvy, sob o argumento central de que a Rede reúne qualidades suficientes para promover a democratização do acesso à informação. A Internet seria um instrumento de esperança, se assim pudéssemos resumir o pensamento desse grupo, e o melhor espécime dentre as novas tecnologias comunicacionais com condições para permitir a mudança do quadro de concentração do poder dos meios de comunicação. Tal se daria, argumentam esses escritores, pelo fato de a Internet conjugar, entre as características e possibilidades já citadas anteriormente, a pluralidade das fontes de informação; a redução progressiva do preço da tecnologia, com o barateamento do computador e do acesso à Rede; maior interação entre o leitor e o produtor do material informativo e, potencial para açambarcar a convergência das várias mídias em apenas um equipamento.

Existe ainda uma infinidade de autores e hipóteses por eles advogadas a favor ou contra a Internet e o seu crescimento. A verdade, porém, é que os dois grupos tecem seus principais argumentos com base na crítica aos postulados do grupo “opositor” e não conseguem hoje, em função da precocidade das análises e de seu objeto, consolidar um pensamento sobre o que é e o que representa esse novo meio de comunicação.

5.2. Os números e o público da Agência na Internet

Pretendemos, a partir desse ponto, apresentar informações quantitativas que possam favorecer o esboço da paisagem atual do grau de inserção da Agência Senado – como veículo noticioso institucional – no seio da sociedade. Antes, porém, é preciso frisar que ao longo do trabalho detectamos um dado inusitado: uma provável mudança de direção na natureza da função do que se convencionou chamar de agência de notícias. Tal se deu pela observação de que, no caso da Agência Senado – mas não deve ser diferente com suas congêneres – , o uso da Internet como veículo de propagação das notícias permitiu que não apenas os veículos de comunicação interpretassem o papel de usuários, mas

também o leitor comum, no caso o internauta. A distinção se dá em função de que, na configuração original e almejada pelos criadores desses instrumentos de divulgação, pelos idos do século XIX, as agências foram programadas e montadas para atuar como produtores originais, concentrando e unificando a versão do fato, repassadores do noticiário aos demais veículos da rede, para que esses então levassem ao grande público as notícias. Ora, o que se verifica hoje é que a função de distribuidora central de notícias não foi perdida pelas agências, mas a Internet dotou-lhes de uma característica a mais: a de fornecedora direta ao público comum das notícias produzidas. O quadro parece indicar que ganhou o leitor, não entrando aqui o trabalho na polêmica sobre se a variedade quantitativa de opções de fontes foi acompanhada da respectiva variedade qualitativa, ou se se trata de mera redundância, com certeza um rico objeto para estudos outros. A constatação, no entanto, é que há uma transformação na vocação típica de uma agência de notícias e a provável perda de exclusividade dos veículos de imprensa que dela se serviam.

Assim, ao levantar os dados de aproveitamento e uso das notícias da Agência Senado, dos quais agora nos ocuparemos de expor, ficou denotado que o público usuário está distribuído em três filões: os veículos de imprensa que se servem do material da Agência Senado para abastecer seus portais noticiosos, as diversas representações da sociedade civil organizada, identificada pelas associações, sindicatos, agremiações, federações, partidos políticos, instituições de ensino, sociais, culturais, entidades dos setores produtivos etc. que captam e repassam um noticiário selecionado do todo produzido pela Agência, para atender os interesses específicos de seus filiados, e, o usuário comum da Internet que não pode receber caracterização específica que não aquelas levantadas como sendo o perfil genérico do leitor da Internet e que nos dados da Agência somente são identificados pelo número de acessos.

Começemos pelo último. De acordo com os relatórios produzidos pela direção da Agência Senado – e encaminhados ao Tribunal de Contas da União a título de prestação de contas de produtividade – em 2004, esse veículo produziu

8.453 matérias e contabilizou⁴⁵ algo próximo a um milhão de acessos ao seu *site*. Não existe uma relação direta, mas a título de informação para acompanhamento do processo, é útil registrar que naquele ano, a União Internacional de Telecomunicações (UIT), órgão ligado a Organização das Nações Unidas (ONU), estimou em 22 milhões de usuários de Internet no Brasil. Já em 2005, a Agência registrou quase 3,5 milhões de visitas às suas páginas que publicaram 8.964 matérias consolidadas. Nesse ano, os dados de diferentes pesquisas, inclusive do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que incluiu o tema do uso da Internet em seus levantamentos, apontou um total de 32 milhões de pessoas que haviam acessado a Internet ao menos uma vez. Já em 2006, quando foram produzidas 7.459 notícias, a Agência Senado pulou para mais de seis milhões de acesso em uma comunidade estimada de 39 milhões de usuários nacionais de Internet.

Esses dados nos permitem chegar a uma conclusão óbvia, ainda que superficial, de que o crescimento do número geral de acessos à página da Agência Senado na Internet acompanha e até supera, significativamente, a evolução do uso da Internet no país. Senão vejamos, enquanto os números da Internet no período 2004 a 2006 mostram a duplicação do número de internautas no Brasil, na Agência o número de acessos foi quintuplicado. É claro, como já foi colocado, que essa relação não é direta porque não considera a fidelidade do leitor – que pode voltar várias vezes à mesma página, adensando os dados de visitas. Mas, por outro lado, não pode ser desprezada, visto que sequer houve uma intensificação do número de matérias oferecidas ao longo do tempo ou mudanças significativas nos serviços oferecidos por esse veículo ao longo desses três anos, com exceção da página internacional de notícias, que será citada a seguir, implantada em meados de 2005. Números de 2007, relativos aos três primeiros meses do ano também reforçam a convicção de que ainda que em ritmo mais lento do que nos anos anteriores, os números da Internet não param de

⁴⁵ Para a obtenção dessa contagem foi utilizada a ferramenta de contagem *WebTrends* que coleta, processa dados e gera relatórios de uso, ou tráfego na *web* dirigidos para um site específico, ou seja, permite saber quantos visitantes recebeu aquele *website* e por onde esses visitantes “navegaram” na página.

crescer. Apenas nesse período, as contagens mostram que já foram feitas quase 1,7 milhões de visitas à Agência Senado, devendo ser lembrado que aí está incluso o mês de janeiro quando a produção do veículo cai para menos da metade dos demais meses, por causa do recesso parlamentar. Ainda há mais um índice a ser citado: o portal principal do Senado, onde a página da Agência está hospedada e ocupa quase metade do espaço informativo, registra uma média de 15 milhões de acessos por mês.

A curiosidade nos instiga a refletir sobre qual o motivo para o crescimento desses acessos à Agência no período, e levantar a hipótese de que a mesma passou a usufruir algumas qualidades capazes de atraírem e talvez manter o seu leitor: como credibilidade e utilidade. Como não foi possível a esse estudo apurar tais aspectos junto ao usuário comum da Internet, vamos tentar confirmar sua existência nos dois outros grupos de usuários da Agência Senado.

Antes ainda, é interessante destacar um dado forte, na seara dos usuários incógnitos da Agência. Esse índice se insere em um espectro maior relativo ao uso da Internet no país e se refere aos usuários da Agência por municípios do país. Esse novo conjunto de dados, que sozinhos já incitariam uma nova e interessante pesquisa, foi extraído de outro tipo de “contador de acessos”, o *Google Analytics*, cujo uso é disponibilizado gratuitamente pela Internet. Por essa ferramenta, a Agência Senado foi visitada, no período que vai de 09 de fevereiro a 31 de maio de 2007 (menos de quatro meses), por pessoas localizadas em todas as 27 capitais do país (26 estados e o Distrito Federal). Essas pessoas, por sua vez, estão situadas em 1.083 municípios diferentes, de 5.564 totais do país, de acordo com dados atualizados pelo IBGE (ver tabela abaixo). Ora, de acordo com dados atualizados do uso da Internet no Brasil, capturados em recente sondagem (2007) empreendida pela Organização Não Governamental (ONG) brasileira Rede de Informações para o Terceiro Setor (Rits), para abastecer o relatório mundial preparado pela *Association for Progressive Communication* – que monitora o desenvolvimento de tecnologias de informação em todo o mundo -, o Brasil tem 3 mil e 100 municípios brasileiros com telefonia celular e Internet.

Cruzando as duas estatísticas, chegaremos a conclusão de que mais de um terço do total de municípios brasileiros com acesso à Internet já acessaram a Agência Senado ao menos uma vez. Numericamente, a relevância dos acessos pode ser ainda maior, se for levado em conta que, ainda que tenham sido observados movimentos de emigração das capitais para as cidades do interior nos últimos anos provocados, segundo os estudiosos pela violência urbana e pelo desemprego, ainda é significativa a concentração populacional nas metrópoles do país, também de acordo com informações do próprio IBGE.

Outra dedução, perceptível pela distribuição dos municípios onde se originam as visitas às páginas da Agência Senado, e um pouco previsível para o Brasil, mostra que 886 pontos de origem de acessos, onde estão localizados mais de 81,8% dos usuários, se distribuem pelos estados das Regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste, cabendo às demais Regiões, Norte e Nordeste, os restantes 19,2% de acessos, acionados a partir de 197 cidades.

Vejamos a distribuição dos acessos à Agência Senado por municípios:

ESTADO	TOTAL DE MUNICÍPIOS	MUNICÍPIOS VISITANTES DA AGÊNCIA SENADO
ACRE	22	01
ALAGOAS	102	13
AMAPÁ	16	01
AMAZONAS	62	04
BAHIA	417	40
CEARÁ	184	17
DISTRITO FEDERAL	01	01
ESPÍRITO SANTO	78	22
GOIÁS	246	36
MARANHÃO	217	12

MATO GROSSO	141	04
MATO GROSSO DO SUL	78	10
MINAS GERAIS	853	158
PARÁ	143	12
PARAÍBA	223	28
PARANÁ	399	96
PERNAMBUCO	185	33
PIAUI	223	05
RIO DE JANEIRO	92	46
RIO GRANDE DO NORTE	167	10
RIO GRANDE DO SUL	496	114
RONDÔNIA	52	09
RORAIMA	15	02
SANTA CATARINA	293	81
SÃO PAULO	645	318
SERGIPE	75	07
TOCANTINS	139	03
TOTAL: 27	5.564*	1.083

Tabela 1 - distribuição dos acessos à Agência Senado por municípios/UF

*Desse total, estima-se que 3.100 tenham acesso à Internet.

Algumas outras estatísticas dirigem nossa atenção para um público diferenciado, também anônimo, mas pode acenar com a expansão mundial dos serviços da Agência Senado em um futuro que vem sendo desenhado pela Internet e pelo tão badalado fenômeno da globalização. Trata-se da visita feita à página da Agência por pessoas que estão no exterior. De acordo com dados colhidos também pelo *Google Analytics*, usuários de Internet de 69 diferentes visitaram o *site* da Agência entre o dia 9 de fevereiro e 31 de maio de 2007, em todos os cinco continentes do mundo (ver Anexo II, tabela Google lista países). A hipótese principal é que sejam brasileiros ou falantes da língua portuguesa, já que

a página visitada está nesse idioma. Por outro lado, há acessos também à página internacional da Agência provenientes do estrangeiro, o que já indica outro tipo de leitor, naturalmente de leitura em inglês ou espanhol, idiomas em que as matérias estão traduzidas. Para esse produto, foi detectada uma média de quatro mil acessos por mês originados de 37 países distintos.

De qualquer maneira, um olhar geral para esses indicadores pode despertar a idéia de que a sociedade busca por notícias das atividades do Senado Federal, como instituição, ou dos senadores, em particular, na condição de representantes dos estados no âmbito federal. “É bem verdade que são percebidas elevações significativas de acessos quando são difundidas pela imprensa privada notícias de escândalos que envolvem os nomes dos parlamentares, mas não somente, pois esse fenômeno também é verificado em momentos de votações sobre temas importantes, como salário mínimo ou de grandes reformas estruturais, como da Previdência, do Judiciário”, informa Davi Emerich.

O mapa abaixo é um panorama do total de acessos, nacionais e internacionais da Agência Senado de fevereiro a final de maio de 2007.

Relatórios: Agência Senado de Notícias



Figura 18 – mapa da dispersão geográfica da origem dos acessos à Agência Senado, de fevereiro até junho de 2007.

Esses dados, porém, não são suficientes para comprovar se é possível que veículos de imprensa, pelo uso da Internet, com as características da Agência Senado e atuando na produção sistemática de notícias abalem o modelo de concentração e a hegemonia dos tradicionais meios de comunicação no Brasil e no mundo no que diz respeito à informação política. Ou, eles teriam apenas função complementar, ao abrirem o leque de soluções informativas para o cidadão que quer se informar sobre o Congresso Nacional? A título de provocação para a próxima abordagem, que trata dos usuários identificáveis da Agência, vamos citar ponderação da professora Zélia Leal Adghirni sobre a temática. Diz ela:

Pouco a pouco as empresas tradicionais de mídia tomam consciência do efeito devastador que a Internet está provocando sobre o monopólio da imprensa. Hoje é comum que os internautas busquem diretamente na fonte a informação que procuram. No Brasil, os *sites* institucionais (do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, dos Tribunais etc) têm condições hoje de disponibilizar na rede, com eficiência e rapidez, as informações de que os cidadãos necessitam. Trata-se, em geral, de sites elaborados e mantidos por profissionais de jornalismo e design. Até pouco tempo, o jornal era o destinatário quase exclusivo dos comunicados, dossiês, relatórios ou outros documentos que viravam pauta ou notícia. Hoje as próprias empresas ou instituições governamentais disponibilizam em seus sites informações que podem ser diretamente acessadas pelo leitor. Uma situação cada vez mais comum, que desestabiliza a posição histórica do jornalista como mediador social. (ADGHIRNI, 2002, 163).

Retornemos agora à reflexão que estava sendo desenvolvida para tentar identificar, a partir do mapeamento dos dois outros grupos de leitores da Agência Senado, representantes da mídia privada e usuários provenientes de entidades organizadas da sociedade, se o serviço que presta a Agência tem utilidade e é confiável. Na pesquisa já referenciada, Chico Sant'Anna examina a questão da Agência Senado transversalmente, mas suas averiguações, ainda que não específicas, podem ser tomadas como válidas para o caso em foco, pois se referem ao complexo de comunicação em que este veículo está inserido.

Uma de suas constatações foi de que 58% dos jornalistas dos veículos privados que realizam a cobertura do Senado, os setoristas, “se informam rotineiramente no portal do Senado Federal” (SANT'ANNA, 2006, 114). 70% desses profissionais, dentre os pesquisados, admitiram a possibilidade de usar uma

citação entre aspas, ainda que não presenciada pessoalmente, se a mesma for proveniente de algum veículo do Senado. Para o autor, esses são sinais de confiança externa no material noticioso da Casa. Outra conclusão sua, que abarca a anterior de Adghirni, é de que o noticiário produzido pelo Senado “contribui para um processo de transparência, uma ação de *accountability*, e é complementar ao modelo investigativo da imprensa tradicional”, e que, “mesmo não sendo investigativo, os setoristas depositam credibilidade no conteúdo informativo das MFSF” (SANT’ANNA, 2006, 117).

Como os números costumam despertar um convencimento maior, tomemos mais um dado, agora relacionado à origem identificada dos acessos. Na Internet, esse exercício se faz pelo reconhecimento do chamado endereço IP (*Internet Protocol*), que pode ser entendido como o código do local de um determinado computador. Também chamado de ‘domínio’ é por ele que os chamados *sites* de busca identificam ‘quem’ de onde provém um acesso. Assim, esse estudo procurou saber, pelo mecanismo de “busca avançada” do portal do *Google* (cuja base de identificação é o domínio) o número de referências a ‘Agência Senado’ feita nos grandes portais noticiosos. A busca identificou as citações ocorridas de dezembro de 2006 a maio de 2007. É importante atentar para duas condições que cercam esse método de averiguação: o primeiro diz respeito ao fato de que a investigação buscou uma amostra e por isso foi realizada de maneira dirigida, pela escolha de jornais *on-line* de todos os estados do Brasil e também dos grandes veículos e portais noticiosos de repercussão nacional. Isto significa que não encampou, logicamente, a universalidade dos veículos de comunicação do país; a segunda circunstância se refere à realidade de que, apesar da política de direito autoral prever que o crédito deve ser concedido, são inúmeros os casos, em especial nos veículos mais desconhecidos de imprensa, em que a legislação não é seguida, o que quer dizer, que vários *sites* utilizam as notícias da Agência Senado sem conceder o devido crédito.

Apesar da rusticidade da sondagem, os dados são reveladores, pois demonstram que a Agência Senado é fonte para os principais portais de notícias do Brasil, muitos dos quais atuando como os próprios provedores de Internet,

como é o caso do UOL, Terra, IG, que ao lado do POP, do Ibest, e do portal da BrasilTelecom controlam 64% do mercado de portais do país. De acordo com levantamento realizado no *Google*, no período de um ano – de junho de 2006 a junho de 2007 – o número aproximado de matérias devidamente creditadas à Agência Senado foi o seguinte:

- O Globo – 937
- Terra – 303
- Portal G1 – 219
- UOL /Folha on line/Folha de São Paulo - 161
- IG (Último Segundo) – 139
- JB on line - 62
- Valor on line – 56
- Estadão/Agência Estado – 41
- Revista Época – 21
- Info Abril - 04
- Gazeta Mercantil – 03
- Portal Exame Abril – 02

Esses números indicam que 12 grandes veículos de comunicação utilizaram 1.948 matérias durante esse período. Nesse grupo, é necessário frisar, estão os quatro grandes portais que respondem por dois terços (2/3) das conexões de Internet realizadas diariamente no país. É preciso observar que, não necessariamente, o usuário inicia sua navegação pelo *site* que abriga o seu provedor, mas tal situação é bastante comum, ainda mais porque a maioria utiliza a caixa postal oferecida pelo serviço de assinatura do próprio provedor.

Em outra varredura, também relevante para os objetivos desse estudo, foram selecionados *sites* noticiosos regionais de menor dimensão, espalhados pelos estados brasileiros, que também publicaram notícias produzidas pela Agência Senado no mesmo período da sondagem anterior (junho/2006 a junho/2007). Na tabela abaixo não estão dispostos, logicamente, todos os veículos de comunicação dos estados que se servem da Internet para divulgar seu

noticiário, mesmo porque, por meio de uma observação superficial nas buscas da Internet é possível averiguar que um significativo número de organizações governamentais e não-governamentais possui páginas eletrônicas particulares de notícias. Serve, porém, para demonstrar o grau de capilaridade, como fenômeno típico da Internet, que alcança o material elaborado pela Agência Senado.

Tabela de aproveitamento do noticiário da Agência Senado – junho/2006 a junho/2007

Fonte: *Google*

Unidades da Federação	Site de notícias	Número de matérias utilizadas
ACRE	www.noticiasdahora.com.br	27
	www.jornaltribuna.com.br	02
	www.jornalpagina20.com.br	37
ALAGOAS	www.gazetaweb.globo.com	39
	www.alagoas24horas.com.br	41
	www.primeiraedicao.com.br	05
AMAZONAS	www.diariodoamazonas.com.br	02
	www.jcom.com.br	07
	www.orm.com.br	06
	www.acritica.com.br	01
AMAPÁ	www.folhadoamapa.com.br	06
BAHIA	www.atarde.com.br	05
	www.jornaldamidia.com.br	07
	www.correiodabahia.com.br	03
CEARÁ	www.portalverdesmares.com.br	76
	www.diariodonordeste.globo.com	103
	www.opovo.com.br	20
DISTRITO FEDERAL	www.clicabrasilia.com.br	59
	www.correioweb.com.br	28
	www.emtemporeal.com.br	07
	www.tribunadobrasil.com.br	07

	www.jornaldacomunidade.com.br	04
ESPÍRITO SANTO	www.gazetaonline.com.br	02
	www.rededenoticias.com.br	93
GOIÁS	www.dm.com.br	19
	www.opopular.globo.com	11
	www.goiasnet.com.br	09
	www.jornalopcao.com.br	02
	www.jonralx.c.b	02
	www.tribunadoplanalto.com.br	01
MARANHÃO	www.portalmaranhense.com.br	08
	www.sistemadifusora.com.br	06
	www.elointernet.com	06
MATO GROSSO	www.diariodecuiaba.com.br	66
	www.gazetadigital.com.br	51
	www.midiamaxnews.com.br	21
	www.matogrossomais.com.br	10
	www.diarionews.com.br	03
	www.noticiadinamica.com.br	03
	www.24horasnews.com.br	02
	www.anoticiadigital.com.br	01
	www.noticiasvirtuais.com.br	01
MATO GROSSO DO SUL	www.oprogreso.com.br	43
	www.campograndenews.com.br	37
	www.maracajunews.com.br	27
	www.ultimahoranews.com	10
	www.acritica.cg.inf.br	08
	www.corumbaonline.com.br	06
	www.opantaneiro.com.br	04
	www.capitaldopantanal.com.br	02
	www.agorams.com.br	01
	www.cassilandia.news.com.br	01

MINAS GERAIS	www.em.com.br (estado de minas)	163
	www.otempo.com.br	19
	www.odebate.com.br	01
PARÁ	www.orm.com.br (o liberal)	10
	www.diariodopara.com	03
PARAÍBA	www.paraiba.com.br	177
	www.onorteonline.com.br	33
	www.portalcorreio.com.br	15
	www.iparaiba.com.br	02
	www.jornaldaparaiba.globo.com	01
PARANÁ	www.diariodamanhacom.br	33
	www.bemparana.com.br	29
	www.foznet.com.br	24
	www.canais.rpc.com.br/gazetadopovo	13
	www.bondenews.com.br	09
	www.maringanews.com.br	03
	www.londrix.com	03
	www.tribunadonorte.com	01
PERNAMBUCO	www.jc.uol.com.br (jornal do comercio)	23
	www.folhadepernambuco.com.br	21
	www.pernambuco.com/diario	06
PIAUI	www.meionorte.com.br	49
	www.180graus.com.br	17
	www.portalodia.com.br	02
RIO DE JANEIRO	www.odia.terra.com.br	28
	www.tribuna.inf.br	22
	www.opovo.com.br	19
	www.agenciario.com.br	02
RIO GRANDE DO NORTE	www.tribunadonorte.com.br	08
	www.correiodoseido.com.br	08

RIO GRANDE DO SUL	www.gazetadosul.com.br	04
RONDÔNIA	www.estadaodonorte.com.br	03
	www.rondoniadigital.com.br	03
	www.oguapore.com.br	01
RORAIMA	www.roraimaemfoco.com.br	04
	www.folhadeboavista.com.br	04
SÃO PAULO	www.home.dgabc.com.br	13
	www.cidadebiz.oi.com.br	09
	www.jovempan.uol.com.br	03
SANTA CATARINA	www.digitalabc.com.br	206
	www.portaldailha.com.br	07
	www.jornaltribuna.com.br	06
SERGIPE	www.tvcidade.com.br	20
	www.cnoticias.com.br	21
	www.jornaldacidade.com.br	01
TOCANTINS	www.anoticia-to.com.br	11
	www.correiodotocantins.com.br	01
	www.onortao.com.br	01
TOTAL: 27	100 veículos	2.010

Tabela 2 - Aproveitamento das matérias da Agência Senado por outros sítios de notícias.

Como os dados indicam, por meio de uma amostragem superficial, foram localizados 112 *sites* noticiosos – nacionais e regionais – que aproveitam as notícias elaboradas pela Agência Senado, dando-lhes o devido crédito. As estatísticas também demonstram que durante o período recortado – junho de 2006 a junho de 2007 – esses portais utilizaram 3.958 matérias, o que dá uma média de 13 matérias ao dia, considerando-se os dias de funcionamento da Agência nos doze meses.

O terceiro grupo é o que maior dificuldade apresenta para fins de identificação e sistematização. O motivo está na variedade e vastidão do número de usuários. Os acessos originados nos milhares de *sites* de entidades da sociedade civil organizada respondem, pelas observações da pesquisa, pela

maioria dos acessos e referências à Agência Senado na *web*. Elas partem de todos os setores: governamentais – foram localizadas matérias, com o devido crédito, em praticamente todas as páginas de notícias ou institucionais dos ministérios, e de várias assembleias legislativas estaduais. O número também de visitas originadas de instituições de ensino é significativo, especialmente daquelas que utilizam material sobre as reuniões e audiências públicas das comissões, onde, geralmente, essas entidades têm oportunidade de se manifestar. São também freqüentes as referências oriundas de organizações de defesa das minorias, negros, indígenas, homossexuais, idosos, pessoas com deficiência física. O outro pólo de usuários e repassadores do noticiário da Agência Senado se encontra nos setores do terceiro setor, associações, confederações, sindicatos, entidades patronais, de trabalhadores etc. Os leitores de notícias da Agência em outros *sites* também podem ser agrupados por interesses temáticos: meio ambiente, política, religião, assuntos jurídicos, agricultura, saúde, educação, transportes, economia e um sem número de assuntos. Vamos enumerar apenas alguns que possam simbolizar todos esses grupos, levando em consideração, porém, que uma busca avançada, no *Google*, utilizando critério de seleção do período de 05 de junho de 2006 a 06 de junho de 2007, excluindo o domínio do Senado (o que evita a contagem originada nos computadores internos da Casa), e que citam a Agência Senado, indica que a Agência Senado recebeu 111 mil referências em outros *sites* ao longo desses doze meses (Anexo III).

A anotação do crédito indica a adoção de três prováveis posturas que podem estar presentes, conjuntamente ou não. Uma é a de receio do não cumprimento das regras da política de privacidade do *site* – que não cobra pelo serviço, mas exige o crédito; outra reflete também uma preocupação em não arcar com a responsabilidade sobre o produto publicado, visto que não há como se verificar a veracidade da informação; e a terceira é do reconhecimento sobre a veracidade e o valor da notícia utilizada, que remete ao grau de credibilidade de que é proprietária a Agência Senado. A soma dos três modos de pensar não é improvável, mas a tendência é para a soma da primeira à última. Sobre isso, tem validade citar o que descobriu o professor Fábio Henrique Pereira ao estudar as

rotinas dos jornalistas do *CorreioWeb*. Segundo seus achados, as duas agências de notícias do Congresso, tanto a da Câmara, quanto a do Senado, são bastante utilizadas na cobertura de assuntos políticos pelo *site*. “O uso desse material, contudo, nem sempre é indicado nos créditos da matéria”. Esse é o motivo pelo qual, acredita Pereira, que em sua análise de conteúdo sobre o grau de utilização de material de outros veículos pelos profissionais da *Web*, as duas agências tenham ficado com apenas 1,3% do total de matérias publicadas no *site* e 7,8% das notas de ‘Política’. (PEREIRA, 2003, 91)

O fato de não citar a fonte também não quer dizer, necessariamente, que não exista confiança no material utilizado, mas talvez uma sensação de ‘não uso’ pelo fato de o texto original ter sido adaptado às necessidades do usuário. Sobre isso, o autor também alcançou algumas informações. Segundo ele, os jornalistas do *CorreioWeb* estão acostumados a adaptar aos critérios de seu veículo textos que contenham muitos jargões ou termos técnicos incompreensíveis para o grande público. Essa prática, detalha, consiste na visita, pelo profissional, aos *site* da Câmara e do Senado, e na retirada apenas das “informações essenciais (pautas e resultado de votações no plenário e nas comissões) e, a partir daí, redigir sua matéria. Os dois serviços são considerados confiáveis pelos jornalistas do *CorreioWeb*, embora o serviço do Senado seja menos estruturado que o da Câmara” (PEREIRA, 2003, 91) na opinião do jornalista entrevistado pelo pesquisador. Registrou o estudioso em outro trabalho que a prova da confiança pode estar na constatação de que os materiais da Agência Brasil, da Agência Câmara e da Agência Senado são regularmente utilizados imediatamente pelo *site* do *CorreioWeb*, pois nesses veículos, a “produção segue critérios jornalísticos” (PEREIRA, 2004, 100).

A confiabilidade externa sobre o serviço prestado pela Agência Senado tem ainda outro indicador a ser considerado: o número de adesões ou pedidos de assinatura de seu boletim de notícias – ou *newsletter* – que passou a receber no ano de 2007 uma média de 30 novos pedidos diários. O cadastro de assinantes, por sua vez, já soma mais de mil destinatários. Desse total, indicam os registros

da Agência Senado, mais de quatro mil solicitações ocorreram nos últimos cinco meses e a partir da aposição de uma chamada do produto no Portal do Senado.

Quanto ao público interno do Senado, a pesquisa não realizou sondagens, mas concluiu, pelas entrevistas realizadas, especialmente com os repórteres, que a “marca” Agência Senado ainda não é reconhecida no âmbito da Casa, sendo às vezes confundida por alguns funcionários, com ‘agência de correios’ ou ‘agência bancária’. Também os senadores não identificam, imediatamente, o serviço prestado por esse veículo, provavelmente pelo ineditismo de seu suporte, a Internet, em contrapartida à faixa etária de muitos deles, que somente nos últimos anos passaram a ter contato com a rede. O mesmo não se dá, porém, em relação aos demais veículos de comunicação do Senado que integram o mesmo sistema de comunicação onde a Agência está abrigada. Também a partir de entrevistas com os profissionais das outras mídias, fica patente a valoração dada a Agência Senado, pois o veículo funciona, no dizer de Helival Rios, como pauteiro para os outros veículos, não só porque a Agência elabora uma agenda diária e outra semanal, mas porque atualiza sua cobertura em tempo real. Isso foi o que mostrou o trabalho de Sant’Anna, que em dado ângulo de sua investigação buscou conhecer como era feita a ‘alimentação interna’ dos veículos do Senado e descobriu que “a ASN (Agência Senado de Notícias) é a fonte mais procurada. 80% dos jornalistas têm por hábito de nela se informarem previamente”. (SANT’ANNA, 2006, 113).

A Agência Senado é responsável, ainda, pela elaboração da barra de notícias – *lettering* – que é passada na parte inferior da tela da TV Senado, dando conta de outros assuntos que não aqueles que estão sendo transmitidos e da produção de todas as matérias que abastecem a edição diária impressa do Jornal do Senado. Material que depois é reaproveitado na versão semanal, publicada às segundas-feiras por esse veículo, agregada às outras reportagens de caráter especial. A Agência utiliza ainda, na implantação de recursos multimídia para as suas matérias, trechos de áudios capturados pela Rádio Senado e imagens gravadas pela TV Senado.

Em comparação com suas congêneres, a Agência Câmara e Agência Brasil, a Agência Senado somente tem o diferencial da cobertura universal de seu objeto de trabalho: o Senado. O mesmo não ocorre na Agência Câmara, que além de não produzir material sobre os discursos em Plenário dos deputados, também tem que selecionar diariamente o que vai receber ou não cobertura, pela grande quantidade de eventos naquela Casa Legislativa. Por outro lado, o veículo possui um Chat de conversas pela Internet, onde o cidadão pode conversar on-line, com seu parlamentar, interferindo, se for o caso, na elaboração de pareceres de projetos de seus interesses. Quanto à Agência Brasil, o cotejamento é ainda menos recomendável, pois esta acompanha as atividades do Executivo e tem uma estrutura nacional de cobertura. Apesar disso, a linha de trabalho das três tem sido noticiada, por meio de declarações de seus recentes dirigentes, como similar e baseada na independência das autoridades do poder, na prestação de um serviço de interesse público e na isenção e objetividade do noticiário.

Finalmente, esta pesquisa verificou, também por buscas na Internet, que não existem indícios de experiência igual à realizada pela comunicação do Senado em outros parlamentos do mundo. Alguns países possuem transmissões televisivas do Parlamento já a mais tempo do que o Brasil, como os Estados Unidos e o Canadá, mas ainda sem a estrutura e a extensão da proposta deste veículo que pretende estar em sinal aberto e transmitir pela TV Digital em todas as capitais do Brasil até o final do ano de 2007. Intenção semelhante possui a Rádio Senado, que também quer expandir seu alcance para todas as capitais brasileiras e depois para cidades do interior. Quanto à Agência Senado, o trabalho parece ser precursor, estando a maioria dos parlamentos ainda atrelada à comunicação impressa e, quando possui um sítio eletrônico na *web*, este permanece restrito aos serviços de assessorias de imprensa e ao fornecimento de *press-releases*. Foram consultados os parlamentos dos seguintes países, sem que se encontrasse algo similar: China, Estados Unidos, França, Índia, Argentina, Colômbia, Canadá, Portugal, Rússia, África do Sul, Japão, Peru, Grécia. Algumas iniciativas com tratamento mais assemelhado foram percebidas no parlamento italiano (www.parlamento.it), que possui um belo grafismo e já trabalha com o conceito de

notícia diária, apesar de não apresentar fotos dos fatos relatados, e os Senados, do Chile (www.senado.cl), e do Uruguai (www.parlamento.gub.uy), sendo que o primeiro já oferece imagens e notícias diárias dos assuntos, enquanto o segundo tem um serviço noticioso regular na *web*, mas as notícias não são oferecidas diariamente, apenas quando existem fatos relevantes a serem divulgados.

5.3. Estrutura chama atenção de pesquisadores

A tipicidade ou talvez a atipicidade da comunicação do Senado – cujo sistema se consolidou nos últimos dez anos -, tem despertado o interesse de dois grupos principais, estudantes e especialistas em comunicação, e jornalistas observadores das mudanças no setor da comunicação institucional. Em sua maioria, os estudos questionam se a iniciativa pode indicar a formação de uma nova prática jornalística, híbrida, que ficaria entre o que costumemente se conceitua de ‘comunicação pública’ e ‘comunicação oficial’. À polêmica se agregam outros componentes de atenção, como: o emprego de tecnologia de ponta nesse tipo de estrutura; a contribuição ou não que a proposta acrescenta para a democratização da informação pública; o uso dirigido da comunicação para o exercício do Poder Público e para a construção da imagem do político. Os levantamentos realizados por este estudo ainda são superficiais, mas se prestam a indicar a presença da inquietação.

Entre o primeiro grupo de interessados, um específico está vinculado à própria atividade de comunicação do Senado ou da Câmara e, geralmente, são jornalistas ou outros funcionários da Casa que, pela proximidade do objeto e facilidade na obtenção de dados, além é claro da percepção de um campo de estudo, tomaram a iniciativa para si. Além deste trabalho, existem outros textos, produzidos por estudiosos inseridos neste perfil. Várias outras análises, que não estão contempladas no rol abaixo disposto, têm tratado especificamente da TV Senado, não apenas por seu caráter inovador, mas também pela interligação entre esta experiência e a questão dos canais públicos de televisão. Esse material, porém, é de fácil localização nas fontes usuais de pesquisa: livrarias, bibliotecas e *sites* de pesquisa da Internet.

Também foram localizadas, por meio da busca no *Google Acadêmico*, 12 citações de trabalhos acadêmicos, cuja temática não é a comunicação social, mas que utilizam matérias noticiosas da Agência Senado, sobre temas diversos, tais como educação, violência, judiciário, questão ambiental, para respaldar posições adotadas nas respectivas pesquisas. É necessário ressaltar que esse formato de apuração, por meio do *Google*, não engloba tudo que está disponível na rede, mas sim aquilo que está à disposição nesse *site* de busca. Mas indica que as notícias são levadas suficientemente a sério para poderem constar de textos universitários.

De acordo com Davi Emerich, a Agência Senado é instada, de tempos em tempos, a explicar sua estrutura e funcionamento para estudantes de cursos de Comunicação. Também existem interessados, integrantes do grupo de jornalistas, que buscam conhecer a atividade para possível reprodução em seus ambientes de trabalho. Entre esses, ele cita três contatos recentes: visita da equipe de profissionais do site do *Correioweb* (www.correioweb.com.br), para prospecção sobre o serviço de fotografia da Agência Senado. Outra consulta foi realizada por grupo de assessores de imprensa da Agência Nacional de Águas (ANA), para estudar a possibilidade de implantação de uma agência de notícias para aquele órgão. São constantes também, informa o jornalista, os contatos com as duas agências públicas de notícias: a Agência Câmara (<http://www2.camara.gov.br/internet/homeagencia>) e a Agência Brasil, da Radiobrás (<http://www.agenciabrasil.gov.br>). O mais inusitado de todos os contatos, anuncia o diretor, foi o convênio cultural firmado com a Agência de Notícias da China – Xinhua – que por iniciativa própria procurou a Agência Senado para firmar uma parceria. A agência chinesa é pública e faz a cobertura integral de seu país, possui dez mil funcionários e produz um noticiário na língua portuguesa. Na listagem das referências estão citados os trabalhos que abordam o tema da comunicação do Senado, a maioria apenas citando a existência da Agência Senado.

6. Conclusão

Com a emergência da democracia, o homem público não pode prescindir da realização de um diálogo constante com a sociedade, tanto para respaldar suas ações no exercício do mandato, quanto para manter uma imagem positiva junto ao seu eleitor. A história política demonstra a crítica e o esquecimento a que fica condenado o político que não segue essa diretriz. Os meios de comunicação, por sua vez, têm se apresentado como os recursos mais eficazes para a concretização dessa interação. Ao longo deste trabalho, constatamos a importância da comunicação mediática para a prática política. Senadores e Senado – enquanto instituição integrante do Poder Público – sempre se utilizaram, com maior ou menor intensidade, da comunicação e das tecnologias que lhe dão suporte para “falar” à sociedade, fosse com a intenção de marcar suas posições, fosse para exercer o poder de que estavam investidos.

Várias inquietações estão presentes neste tema, mas aquelas mais relevantes para esta pesquisa são as referentes ao papel da tecnologia na configuração dos mecanismos de comunicação utilizados ao longo do tempo pelos distintos Senados. Esse específico interesse nos levou a uma análise da trajetória histórica, desde a Roma Antiga, passando pelo início da Idade Moderna (França e Estados Unidos), até aportamos, na contemporaneidade, no Senado brasileiro. Sobre este ponto, o que se apurou é que, enquanto homens de seu tempo, os senadores não puderam ficar indiferentes às tecnologias de comunicação existentes, e chegaram mesmo a estimular o surgimento de novas formas de comunicação que pudessem facilitar o exercício do poder e, eventualmente, sua relação com o povo.

Não é exagero afirmar que o Senado de Roma, em certa medida, tomou as feições que a escrita e o papel lhes permitiram, possibilitando que o Estado Romano se expandisse e impusesse sua cultura a outras nações de então. Neste caso particular, nota-se que as técnicas e os meios empregados, evidenciados nas cartas e atas senatoriais (relacionadas, em sua maioria, a estratégias militares e políticas), assumiram não apenas função de informação, mas principalmente de

expressão do poder romano por meio da organização de uma administração central. A escrita – tal como os demais componentes do sistema romano de transmissão de mensagens, como as estradas e os correios – definitivamente tornou-se imprescindível para constituição e manutenção de Roma e a expansão daquele Império pela dominação das nações vizinhas.

Nas revoluções, Francesa e Americana, o cenário não foi essencialmente diferente. A Assembléia Nacional Revolucionária Francesa, segundo afirmam os historiadores, somente conseguiu espalhar as idéias de liberdade pelo interior do país porque um complexo esquema editorial sustentava a propagação das mesmas. Situação que se repetiu nos Estados Unidos da América, em que a prensa de Gutenberg mostrou-se como o mais revolucionário dos instrumentos, de modo que a formação daquele novo Estado Nacional seguisse conjuntamente ao desenvolvimento de um parque gráfico-editorial. As novas Nações-Estado são inseparáveis do surgimento e crescimento da imprensa moderna. Em ambos os processos históricos, os políticos se fartaram das possibilidades de divulgação que a imprensa ofereceu, cabendo aos incipientes meios de comunicação de massa o principal papel de mediador da comunicação entre a classe política e a sociedade.

Ao contrário de outros países da América, o Brasil tardou a desenvolver sua imprensa. Como usualmente ocorre nos fenômenos de nascimento de novidades tecnológicas de tal porte, as causas para esse atraso são variadas, mas se encontram inegavelmente entrelaçadas. A partir do século XIX e meados do século XX assiste-se à instalação de mais de uma centena de focos de atividade jornalística e de publicações, ligados aos movimentos políticos de independência, e mais tarde às causas sociais (como o abolicionismo). Na verdade, o país vivenciou intermitentes momentos de desenvolvimento das técnicas da escrita, aproveitados pela instituição Senado de forma bastante peculiar, já que não havia, naquele período, o interesse dos legisladores de informar o povo sobre seus atos. Ainda que, em outros países, a utilização da escrita nos Senados tenha desempenhado uma função de comunicação social, este não foi o caso do Senado brasileiro no tempo do Império. Certamente, esse “descuido” deveu-se ao fato de os tribunos daquele período não dependerem do voto popular para se

manterem nos cargos. A preocupação relativa à questão da informação se restringia às anotações em atas manuscritas dos eventos da própria instituição, com fins de documentação histórica dos discursos e atividades da Casa, e nada mais.

A história mostra, portanto, que ainda quando os meios de comunicação passaram por avanços técnicos, essas evoluções não foram suficientes, naquelas condições, para constituir uma prática democrática dos políticos da época. As atas manuscritas, a taquigrafia, a imprensa oficial, e mesmo os textos literários oriundos da lavra dos cronistas políticos não chegaram a ser tomados em sua capacidade de popularizar o discurso senatorial, mesmo porque não visavam este objetivo. Também muito pesou o atraso cultural e social da maioria da população. Nos primeiros tempos do Brasil da Nova República encontraremos realidade similar. Embora a imprensa começasse a se consolidar, em torno de pequenos jornais, e a técnica da impressão estivesse razoavelmente dominada, não interessava aos políticos dialogar com a população. Preponderava o pensamento, arraigado na mente da maioria dos homens públicos, de que o binômio comunicação/democracia não combinava com a manutenção da autoridade.

O regime democrático mostrou-se, portanto, condição indispensável para dar forma à manifestação do poder político que se expressava através do uso do meio de comunicação. Mesmo em fases mais recentes da história política do Brasil, quando não havia por parte do Poder Público o desejo de informar, como na época do Estado Novo e na ditadura militar nos anos 60-80, os meios de comunicação não fugiram a esta regra. E quando conseguiram, foram empregados apenas como utensílios da propaganda política, e não em sua vocação de instrumentos mediadores da troca comunicativa entre os representantes políticos e a população.

Essa é, aliás, a característica mais comumente identificada nas análises e expectativas sobre a comunicação institucional, que tem nos veículos de comunicação os agentes de construção e de divulgação da imagem dos homens públicos, detentores temporários do poder. A origem do atual sistema de comunicação do Senado é tributária desse sentido dado aos meios de

comunicação. Foi desse modo que nasceu o sistema de comunicação que dava assistência à instituição: com fins de melhorar a imagem que os eleitores tinham de seus senadores. A tecnologia de comunicação, sob esse ponto de vista, demonstrou ser aspecto subsidiário durante boa parte do percurso da estrutura política, pois os principais meios utilizados pelo Senado (o rádio, o jornal impresso, e mesmo o telex), não puderam imprimir dimensão ao intento de trabalhar a imagem do homem público ou de divulgar de maneira maciça as atividades senatoriais, restringindo-se a realizar uma comunicação muito presa aos formatos típicos de *assessoria de imprensa*. Assim, detectamos situações emblemáticas da etapa política em que estavam inseridos o Senado e o país, quando o profissional – repórter – era contratado por um parlamentar para redigir discursos e os tradicionais *press-releases*, marcar entrevistas, granjear publicações, ou até mesmo para auxiliar nas confabulações e acordos políticos. A missão de busca, elaboração e divulgação dos fatos legislativos estava, dessa maneira, indubitavelmente vinculada à pessoa do político a que devia seu emprego e posição. Muitas vezes, esse mesmo repórter atuava de forma simultânea em uma empresa privada de comunicação, gerando uma confusão de papéis que acabava por deixar a comunicação do Senado no ostracismo das antigas atas do tempo do Império.

Procuramos então pelo autêntico jornalista que trabalhasse no Senado e não tivesse laços com a mídia privada. Fomos encontrá-lo já nas duas décadas finais do século XX. Apoiado pela redemocratização do país, simbolizada pela Constituição de 1988, e também pelo início das ações de moralização do serviço público, com a realização de concursos públicos, esse repórter pôde se desprejar da figura individual do parlamentar, e começar a produzir um verdadeiro material jornalístico, e agora sobre a instituição Senado. Tais motivos não nos permitem, então, estender a visão anterior – de uma comunicação totalmente dirigida e controlada – para o quadro que se desenhou a partir de 1980 no sistema de comunicação do Senado. Além dos ventos democráticos que impulsionaram a natural cobrança da sociedade por informação, teremos agora, outro componente, tanto ou mais relevante para o desenvolvimento dessa estrutura comunicacional:

os novos aparatos tecnológicos. O advento de um novo meio de comunicação, a Internet, tido como expoente dentre os catalisadores da consolidação da sociedade da informação, destaca-se nesse contexto, e mereceu especial atenção deste trabalho, exatamente pelas alterações que vêm impingindo a este e a outros cenários da imprensa e da vida social.

É importante ressaltar, porém, que mesmo tendo percebido mudanças significativas no cenário focado, este estudo não optou por tomar essa emergente tecnologia (a Internet) como ingrediente panegírico de uma nova comunicação mundial. Posição que se mostrou apropriada e coerente com a mais nítida evidência: a de que ainda é cedo – a Internet chegou há menos de quinze anos no país – para conclusões apoteóticas ou definitivas sobre o impacto desse recente meio de comunicação na sociedade.

Percebeu-se, isto sim, que, a exemplo de outras tecnologias que moldaram o processo comunicativo entre os senadores e a população, caso do jornal e da televisão, a Internet é um meio com condições para provocar mudanças nesse diálogo, nas rotinas de produção jornalística, e na linha editorial dos veículos de comunicação do Senado voltados para esse fim. Entre essas alterações, podemos ressaltar a rapidez com que a informação sobre um discurso ou ato de um senador pode chegar até o cidadão médio do país. Se o ritmo da notícia já havia sido essencialmente modificado pelo jornal publicado no dia seguinte ao fato, o que foi depois acentuado com a transmissão televisiva ou radiofônica no dia do próprio evento, é possível imaginar a agitação que a mensagem veiculada pela Internet, pode causar na relação entre o Senado, a imprensa e a sociedade: pois a Internet agregou outros predicativos àqueles já praticados pelo rádio e pela TV como: facilidade de uso, simplicidade, instantaneidade, diversificação das fontes e autonomia para o usuário que passou a ter maior variedade de fontes para escolher. Neste aspecto, é correto afirmar que, de todas as transformações percebidas com o advento do jornalismo digital, merecem destaque a alteração da fonte produtora do noticiário e a mudança no espaço de tempo entre o fato e a sua publicação. Isto não quer dizer, porém, que as práticas jornalísticas tenham se modificado no mesmo ritmo que as inovações tecnológicas.

A pesquisa identificou, no entanto, que, a exemplo do que ocorreu no contexto mundial, o uso da Internet provocou alterações também nas posturas dos jornalistas que trabalham na Agência Senado, dedução a que chegamos por meio de relatos pessoais dos trabalhadores desse veículo e da análise de dados estatísticos levantados. É importante frisar, porém, que em nenhum momento se pôde compreender o caso estudado sem a referência ao fato de que o fenômeno de mudanças pelo qual passa o jornalismo se insere em um processo maior de transformação das práticas de comunicação da sociedade, situação geradora de resistências e conflitos entre os grupos partícipes das alterações, especialmente quando essas modificações afetam relações trabalhistas.

Assim, se não podemos falar que a Internet provoca um arrebatamento imediato, mas sim gradual das rotinas e hábitos jornalísticos do Senado, devemos qualificar sua adoção pelos jornalistas, assessores e senadores, como algo corriqueiro. Tal classificação, obviamente, exclui análises definitivas quanto ao caráter positivo ou negativo de seu emprego pela Câmara Alta, mas tão somente a constatação do elevado grau com que esse meio é utilizado, a ponto de os parlamentares acompanharem pela Internet se suas falas da tribuna já estão disponibilizadas na rede para leitura dos internautas.

Também é perceptível, ainda tratando da fonte da informação, que o fato de o Poder Público, representado aqui pelo Senado, se apropriar da Internet para realizar a divulgação de seus atos, é uma demonstração da provável multiplicação dos canais de informação de que dispõe o cidadão. Podemos imaginar que, da mesma forma como o leitor tem a possibilidade de buscar diretamente na Agência Senado as informações que lhe interessa sobre os senadores, esta deve ser uma situação a se repetir em diferentes escalas de produção e de uso jornalístico da atualidade. As estatísticas levantadas e a observação empírica da Rede mostram que a informação se origina hoje de várias fontes: de diversos órgãos públicos, regionais ou federais; de associações, sindicatos e confederações; de pequenas comunidades organizadas em torno de temas específicos; de *blogs* de jornalistas autônomos, e outros.

É relevante observar que características como especialização e rapidez da notícia, já presentes na produção noticiosa de outros meios, se sobressaem na Internet, espaço através do qual, ao que parece, ocorre a pulverização da origem do noticiário. Este acontecimento não poderia, então, estar desvinculado das análises que tratam do monopólio da imprensa. O uso, com o devido crédito ou não, das matérias da Agência Senado pelos veículos privados de comunicação, por si só, já demonstra a mudança do cenário em questão. As tradicionais empresas de comunicação, ao se utilizarem, gratuitamente, do material disponível na Internet – reduzindo inclusive seus custos de produção – poderiam estar, em um primeiro momento, se beneficiando do Estado, mas em um segundo momento, podem estar traçando riscos para sua própria sobrevivência, ao menos nos formatos históricos a que estamos acostumados.

Se estas conclusões já passaram pela descrição dos recursos do meio e da origem da informação, não poderíamos desprezar a outra ponta da comunicação, o receptor. E, ainda que esta seja uma discussão que requeira maior acuidade, esta é uma condição natural quando o que se analisa é a produção jornalística destinada à divulgação em meios digitais, entre elas a Internet. A conclusão, ainda que precoce, é que a comunicação mediada por computadores está alterando a forma como o leitor recebe e percebe as notícias, no caso estudado, especificamente o material jornalístico de cunho político. Alguns dos elementos para tal conclusão são os que demonstram a autonomia do leitor perante o novo meio. Pela Internet, com recursos como *chats*, fóruns, e-mails, comentários e a simples liberdade de escolha do *site* que se pretende visitar, o cidadão tem condições, senão de interferir, ao menos de pressionar, timidamente ou não⁴⁶, as decisões e ações de seus parlamentares.

Se formos tomar como referências as qualidades que a sociedade espera de seu Parlamento, tais como, a transparência, a moralidade e a ação, podemos localizar alguns pontos positivos advindos com a adoção da Internet pela Agência

⁴⁶Durante o caso Renan Calheiros, o volume de mensagens eletrônicas recebido diariamente pelos senadores foi multiplicado em até dez vezes. O serviço Alô Senado, por sua vez, aumentou em 50% o número de mensagens eletrônicas e de telefonemas recebidos sobre o tema do decoro parlamentar. Os dados constam de matéria do site de notícias G1 de 04 de julho de 2007, acessível em <http://g1.globo.com/Noticias/politica/0,,MUL63501-5601,00.html>

Senado. Hoje, o noticiário elaborado por esse órgão de imprensa não visa à construção de uma imagem positiva dos parlamentares, mas sim a informar, de maneira objetiva e imparcial os fatos que ocorrem no Senado; as matérias produzidas têm um número elevado de aproveitamento pela imprensa privada, ainda que muitas vezes tal aconteça sem que se conceda o devido crédito, mas o que de toda maneira demonstra o grau de confiabilidade e de utilidade que o serviço representa para os demais veículos de jornalismo; a existência de um ambiente de produção que apresenta condições propícias, apesar de não totalmente autônomas, para a publicização dos acontecimentos, especialmente pela independência e liberdade dos repórteres que trabalham no veículo; a capacidade intrínseca e de baixo custo do meio, que consegue levar com instantaneidade e por uma multiplicidade de canais de comunicação a notícia de interesse do leitor – o que pode ameaçar, ainda que timidamente – a hegemonia dos tradicionais conglomerados de comunicação; e a expectativa de crescimento do uso da Internet pelas camadas mais carentes da população do país.

Já como espaço frágil da relação está, indubitavelmente, o fato de a rede não ter poder para alterar, imediata e radicalmente, uma relação que depende de fatores outros, tais como: o grau de consciência política dos cidadãos e o compromisso ético e moral dos parlamentares. Ligada a essas dificuldades está a já banalizada constatação de que, em um país que abriga profundos mecanismos de exclusão social, a exclusão tecnológica é apenas mais uma entre as demais privações a que ficam fadados os mais pobres. No caso da Internet, ainda que o crescimento de seu uso esteja acelerado no Brasil – à taxa de mais de 10% ao ano – com expectativa de se chegar a quarenta milhões de usuários até o final de 2007, e a previsão de instalação de computadores e Internet em todas as escolas públicas até o final da primeira década deste século, não é possível assegurar o acesso democratizado a essa nova tecnologia e às informações que por ela trafegam.

Outra deficiência está no fato de que este trabalho não pôde verificar, visto que não constituía seu escopo, questões relacionadas com o perfil do leitor do noticiário produzido pela Agência Senado. Seria fundamental que investigações

ultrapassassem o tema do acesso e avançassem sobre o terreno da recepção, em busca de eventuais características de participação do leitor/eleitor, indagando pelas reais possibilidades de interação desse cidadão com o meio e com o Senado Federal, que possam advir pelo uso da Internet e do trabalho de veículos como a Agência Senado.

Finalmente, não seria recomendável que encerrássemos essa reflexão sem afirmar que o Senado brasileiro atual não existiria, na forma que o percebemos, sem as tecnologias de comunicação que sustentam as suas atividades. Ou, em outras palavras, é certo que os meios que servem para levar as opiniões, ações ou mesmo as omissões dos políticos do Senado à sociedade atuam como determinantes para a essência de seu funcionamento e existência.

7. Anexos

7.1. Anexo I - Legislação sobre a Comunicação do Senado Federal

- Ata da 3ª Reunião da Comissão de Polícia do Senado Federal, de 1946 – Primeiro-Secretário informa sobre a criação de um Comitê de Jornalistas na Casa.*
- Ata da 1ª Reunião da Comissão Diretora, de 1948 – Define questões administrativas da Casa, entre elas, pedido do Comitê de Imprensa para elaboração de placas com nomes dos jornais para identificar jornais credenciados.*
- Ata da 6ª Reunião da Comissão Diretora, de 1948 – Informa sobre entrevista ao Comitê de Imprensa para informar sobre expedição de carteiras a jornalistas.*
- Ata da 10ª Reunião da Comissão Diretora, de 1950 – Define questões administrativas, entre elas, procedimentos de credenciamento do Comitê de Imprensa.*
- Resolução nº 04, de 1955 – Rege a organização e o funcionamento de serviços auxiliares do Senado, fixa o número de 15 redatores no quadro do Senado, e define a distribuição dos resumos dos trabalhos para a imprensa.
- Ata da 4ª Reunião da Comissão Diretora, de 1959 – Informa sobre a carência de redatores para a Diretoria de Publicações, entre outras questões administrativas.
- Resolução nº 06, de 1960 - Dota a Secretaria Senado Federal de um regulamento de suas atividades.
- Lei 3.737, de 1960 – Prevê crédito de 150 milhões de cruzeiros para o Legislativo implantar o Serviço de Radiodifusão do Congresso Nacional.

- Resolução nº 16, de 1961 – Explicita no Regulamento do Senado o credenciamento de um profissional de cada veículo da mídia impressa, das estações de rádio e televisão e das agências telegráficas.*
- Lei 4.117, de 1962 – Modifica o Código Brasileiro de Telecomunicações para estabelecer que o Congresso tem direito a 30 minutos diários na Voz do Brasil.
- Resolução nº 38, de 1963 – Altera a estrutura administrativa da Secretaria do Senado Federal para incluir o Serviço de Radiodifusão.
- Resolução nº 129, de 1965 – Altera a estrutura administrativa para criar novos cargos, entre eles de redator de radiodifusão.
- Decreto nº 61.258, de 1967 – Dispõe sobre a implantação, operação e funcionamento da Rádio Congresso Nacional.
- Ata da 1ª. Reunião da Comissão Diretora, de 1971 – Restringe os gastos com os serviços de Telex da Casa e define preferência para a divulgação na Voz do Brasil das proposições aprovadas nas comissões técnicas e aos debates em Plenário sobre grandes temas nacionais.
- Resolução nº 58, de 1972 – Altera a estrutura do Senado, editando um novo Regulamento em que transforma o Serviço de Radiodifusão em Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas e cria o Prodasen.
- Resolução nº 67, de 1972 – Altera o Regulamento Administrativo do Senado, modificando nomenclatura de ‘Serviço’ para ‘Secretaria’.
- Resolução nº 139, de 1984 – Cria novas seções na Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas, entre elas uma que faria a distribuição por Telex das notícias produzidas pela Secretaria.
- Ato nº 1 da ANC, de 1987 – Regula a divulgação das atividades da Assembléia Nacional Constituinte, entre elas as de comunicação social.

- Ato do Primeiro Secretário nº 09, de 1987 – Cria grupo de trabalho para implantar a Central de Produção e Vídeo (CPV) do Senado Federal.
- Resolução nº 312, de 1987 – Cria a Seção de Apoio ao Comitê de Imprensa no âmbito da Subsecretaria de Divulgação do Senado.
- Resolução nº 191, de 1988 – Altera o Regulamento Administrativo do Senado alterando a denominação de Secretaria de Divulgação e Relações Públicas para Secretaria de Comunicação Social, composta pela Subsecretaria de Divulgação e Subsecretaria de Relações Públicas.
- Resolução nº 208, de 1988 – Entre outras alterações no Regulamento do Senado define que a Chefia do Cerimonial da Presidência do Senado deve atuar articuladamente com a SECS.
- Atos nº.1 e nº. 2 do Primeiro-Secretário, de 1991 – Definem que a supervisão administrativa dos credenciamentos de funcionários externos será exercida pela Secretaria de Comunicação Social.
- Resolução nº 33, de 1991 – Extingue cargos do quadro do Senado e já reserva dez vagas, a serem preenchidas por concurso público, para analistas legislativos da área de comunicação.
- Resolução nº 55, de 1992 – Altera o Regulamento do Senado, incluindo o Serviço de Apoio Aeroportuário na estrutura da Subsecretaria de Relações Públicas.
- Ato da Diretoria Executiva do Prodasen nº 87, de 1993 – Institui grupo de trabalho para realizar a implantação do sistema VIP de transmissão de áudio e imagens do Plenário.
- Resolução nº 84, de 1994 – Altera a estrutura da Subsecretaria de Divulgação, criando a Seção de Informática e Transmissão no âmbito do Serviço de Imprensa.
- Ato nº 02, de 1995 – Cria grupo de trabalho para identificar a estrutura administrativa do Senado com vistas à modernização.

- Ato nº 08, de 1995 – Constitui Assessoria Especial de Modernização para implementar medidas propostas pelo grupo de trabalho do Ato nº 02.
- Lei n. 8.977, de 1995 – Dispõe sobre o Serviço de TV à Cabo (Lei de Cabodifusão) que permite a criação dos canais de TV do Poder Legislativo.
- Resolução nº 24, de 1995 – Cria a TV Senado.
- Resolução nº 60, de 1996 – Cria a Rádio Senado.
- Resolução nº 11, de 1996 – Regulamenta o credenciamento de profissionais de comunicação e dispõe sobre o Comitê de Imprensa do Senado Federal.*
- Ato da Comissão Diretora nº 20, de 1996 – Cria o Jornal do Senado.
- Ato do Presidente nº 55, de 1996 – Cria a Comissão Permanente da Internet.
- Ato do Diretor da Secretaria de Comunicação Social nº 01, de 1997 – Cria o Conselho Editorial e Administrativo da SECS.
- Resolução nº 09, de 1997 – Altera o Regulamento Administrativo do Senado, oficializando a existência da Coordenação Agência Senado e cria a Subsecretaria de Relações Públicas no âmbito da SECS.
- Ato da Comissão Diretora nº 30, de 1997 – Regulamenta a Resolução nº 11 que trata do Comitê de Imprensa.*
- Ato da Comissão Diretora nº. 10, de 1998 – Cria o Museu Eletrônico do Senado e inclui a SECS em seu Conselho de Supervisão.
- Ato da Comissão Diretora nº. 15, de 2002 – Disciplina os objetivos, a utilização e o funcionamento dos veículos de comunicação do Senado Federal.
- Ato da Comissão Diretora nº. 11, de 2004 – Define a responsabilidade e como será organizada, mantida, estruturada e abastecida a página eletrônica do Senado na Internet.

- Ato da Comissão Diretora nº 02, de 2005 – Transforma as subsecretarias da SECS em secretarias e cria o serviço de noticiário em língua estrangeira no âmbito da Agência Senado.

* Legislação relacionada ao Comitê de Imprensa do Senado Federal.

7.2. Anexo II - Tabela de países visitantes da Agência Senado

Fonte: Google Analytics

Ordem	PAÍS	ACESSOS
01.	Estados Unidos	822
02.	Espanha	138
03.	Egito	91
04.	Portugal	75
05.	França	58
06.	China	50
07.	Grécia	49
08.	Reino Unido	48
09.	Itália	46
10.	Argentina	45
11.	Alemanha	45
12.	Chile	26
13.	Bélgica	25
14.	Canadá	24
15.	Venezuela	22
16.	Uruguai	20
17.	Suíça	16
18.	México	15
19.	Japão	14
20.	Áustria	10
21.	Holanda	10
22.	El Salvador	10
23.	República da Coréia	09
24.	Colômbia	09
25.	Paraguai	07

26.	Austrália	07
27.	Peru	07
28.	Cuba	06
29.	Porto Rico	06
30.	Polônia	06
31.	Angola	04
32.	Hong Kong	04
33.	Romênia	04
34.	Rússia	04
35.	Belize	04
36.	Quatar	04
37.	Nicarágua	03
38.	Suécia	03
39.	Noruega	03
40.	Dinamarca	03
41.	Arábia Saudita	03
42.	Equador	02
43.	Panamá	02
44.	Singapura	02
45.	Nova Zelândia	02
46.	Irlanda	02
47.	Honduras	02
48.	Bahamas	02
49.	Luxemburgo	02
50.	Turquia	02
51.	Mônaco	02
52.	Indonésia	02
53.	Finlândia	02
54.	Marrocos	01
55.	Costa Rica	01

56.	Cabo Verde	01
57.	Malásia	01
58.	Bolívia	01
59.	Hungria	01
60.	República Dominicana	01
61.	África do Sul	01
62.	República Tcheca	01
63.	Guiana Francesa	01
64.	Emirados Árabes	01
65.	Quênia	01
66.	Jamaica	01
67.	Filipinas	01
68.	Namíbia	01
69.	Haiti	01

7.3. Anexo III - Amostragem de usuários do noticiário da Agência

Fonte: *Google*

Web Resultados 1 - 100 de aproximadamente 111.000 para "Agência Senado"
-site:www.senado.gov.br (0,40 segundos)

[Agência Senado e estatal de notícias chinesa firmam convênio de ...](#)

A Agência Senado e a agência estatal de notícias chinesa Xinhua firmaram nesta segunda-feira (6) um convênio de cooperação para o intercâmbio de material ...
www.interlegis.gov.br/.../agencia-senado-e-estatal-de-noticias-chinesa-firmam-convenio-de-cooperacao/ - 30k - 4 jun. 2007 - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[INFO Online - Bloquear celular em cadeia será dever de tele - \(10 ...](#)

<p>Bloquear celular em cadeia será dever de tele, Agência Senado - BRASÍLIA - O Senado vota nesta terça ...
info.abril.com.br/aberto/infonews/042007/10042007-4.shl - 57k - 4 jun. 2007 - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[INFO Online - Senado endurece lei contra celular na cadeia - \(07 ...](#)

<p>Senado endurece lei contra celular na cadeia, Agência Senado - BRASÍLIA - Texto prevê prisão para ...
info.abril.com.br/aberto/infonews/042007/07032007-13.shl - 56k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)
[[Mais resultados de info.abril.com.br](#)]

[Agência CT - Ministério da Ciência & Tecnologia](#)

Em recente entrevista à Agência Senado, o autor dos requerimentos propondo a audiência pública, senador Inácio Arruda (PCdoB-CE), disse que já é possível ...
agenciact.mct.gov.br/index.php/content/view/43900.html - 33k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Agência Senado Internacional traz entrevista com senador Zambiasi ...](#)

A segunda edição da Agência Senado Internacional, publicação on line do Senado Federal brasileiro, traz entrevista com o senador Sérgio Zambiasi, ...
www2.camara.gov.br/comissoes/cpcms/not-01-06-18.html - 18k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Agencia Senado lança página especial sobre política exterior ...](#)

A Agência Senado, do Senado Federal brasileiro, lançou nesta semana uma página especial sobre política exterior, em espanhol e inglês. ...
www2.camara.gov.br/comissoes/cpcms/mat-12-05.html - 18k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)
[[Mais resultados de www2.camara.gov.br](#)]

[SENADO Brasileiro foto Moreira Mariz Agência câmaras parlamentos ...](#)

Senado Brasileiro, foto de Moreira Mariz, Agência Senado. Senado Brasileiro, foto de Moreira Mariz, Agência Senado. Senado é uma das câmaras dos parlamentos ...
tiosam.com/?q=Senado - 37k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[ROBERTO CAMPOS foto Agência Senado Oliveira Cuiabá 17 abril ...](#)

ROBERTO CAMPOS Resumo: Roberto Campos | Roberto Campos em foto da Agência Senado-Roberto de Oliveira Campos (Cuiabá, 17 de abril de 1917 — Rio de Janeiro, ...
 tiosam.com/?q=Roberto_Campos - 57k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)
 [[Mais resultados de tiosam.com](#)]

[PDF]

[Clipping Audiência Ed. Musical Comissão de Educação Senado Agencia ...](#)

Formato do arquivo: PDF/Adobe Acrobat - [Ver em HTML](#)
 Valéria Castanho / Repórter da Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da ...
 (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) ...
 www.cchla.ufpb.br/abem2006/Masters/anexo24_informativo_dez_2006.pdf - [Páginas Semelhantes](#)

[CRB9](#)

Notícia da agência senado sobre biblioteconomia ... Cristina Vidigal / Repórter da Agência Senado
 (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) ...
 www.crb9.org.br/novo/mostra_noticia.php?codigo=122 - 13k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[ENVOLVERDE - Revista Digital de Meio Ambiente e Desenvolvimento](#)

Por Roberto Homem, da Agência Senado Por unanimidade dos 65 presentes, o Senado aprovou ...
 Por Nelson Oliveira, Agência Senado A Comissão de Constituição, ...
 envolverde.ig.com.br/?edt=5&&pg=6&PHPSESSID=b1bbee2cf795c56713da783df4ca3dd8
 - 28k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[ENVOLVERDE - Revista Digital de Meio Ambiente e Desenvolvimento](#)

Por Teresa Cardoso, da Agência Senado O Senado realiza entre os dias 29 e 30 de ... Por Eli Teixeira, da
 Agência Senado Salário mínimo não deve repetir ...
 envolverde.ig.com.br/?edt=41&&pg=7&PHPSESSID=7479d153305a7a67cd9b187f1f290 - 29k -
[Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)
 [[Mais resultados de envolverde.ig.com.br](#)]

[Últimas Notícias - Alagoas 24 Horas: A Agência de Notícias On-line ...](#)

Renan diz que é hora de ver "quem tem relações promíscuas". Agência Senado. Cercado por
 jornalistas, Renan voltou a refutar denúncias feitas contra ele ...
 www.alagoas24horas.com.br/conteudo/?vCod=29175 - 25k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Últimas Notícias - Alagoas 24 Horas: A Agência de Notícias On-line ...](#)

Agência Senado. Romeu Tuma ouve hoje funcionário da Mendes Júnior. O corregedor do Senado, Romeu
 Tuma (DEM-SP), agendou para as 16 horas desta terça-feira ...
 www.alagoas24horas.com.br/conteudo/index.asp?vEditoria=&vCod=29348 - 4 jun. 2007 - [Páginas Semelhantes](#)
 [[Mais resultados de www.alagoas24horas.com.br](#)]

[Informe Parlamentar](#)

Entre os objetivos da proposição está, ainda, o de demonstrar a importância da ciência para a saúde e
 o desenvolvimento do país. (Fonte: Agência Senado) ...
 www.mct.gov.br/index.php/content/view/50837.html - 27k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Informe Parlamentar](#)

Em entrevista à Agência Senado, Wellington afirmou acreditar que a CCT terá uma atuação mais importante
 do que a da própria Comissão de Educação, pois, ...
 www.mct.gov.br/index.php/content/view/46861.html - 24k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)
 [[Mais resultados de www.mct.gov.br](#)]

[Associação Brasileira de Tecnologia Educacional - Presidente da ...](#)

PAC da Educação prevê ações voltadas para diversos níveis da educação. Iara Borges / Repórter da Agência Senado Agência Senado ...

abt-br.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=420&Itemid=2 - 30k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[...: Blog do Cristovam](#)

Agência Senado - Vindo de uma origem acadêmica e tendo sido reitor de uma das ... Agência Senado - De que maneira isso atinge a sociedade brasileira? ...

www.cristovam.com.br/index.php?secao=secoes.php&sc=9&id=2949 - 26k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[...: Blog do Cristovam](#)

Agência Senado - Há pessoas que dizem que as cotas para negros vão ... Agência Senado - Algumas universidades brasileiras já criaram cotas para negros. ...

www.cristovam.com.br/index.php?secao=secoes.php&sc=9&id=2940 - 26k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[[Mais resultados de www.cristovam.com.br](#)]

[agência senado ccj vota proposta que torna orçamento](#)

Agência Senado. O presidente da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), senador Edison Lobão (PFL-MA), anunciou que os membros da comissão ...

www.diamantina.mg.gov.br/003/00301009.asp?ttCD_CHAVE=5879 - 25k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Senado aprova projeto que faz Capes qualificar professores da ...](#)

... com toda a sorte de recursos necessários ao desempenho do seu novo papel institucional", disse à Agência Senado. As informações são da Agência Senado ...

noticias.uol.com.br/educacao/ultnot/ult105u5403.jhtm - 23k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[G1.com.br > Política - NOTÍCIAS - Deputado diz que já devolveu ...](#)

Agência Senado. Eduardo Suplicy (PT-SP) avalia que seria importante esclarecer critérios de recebimento de presentes (Foto: Agência Senado). Sabonetes ...

g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL45889-5601-593,00.html - 46k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[G1.com.br > Política - NOTÍCIAS - Em plenário, senador critica ...](#)

O senador Arthur Virgílio no plenário do Senado (foto: Agência Senado) Ao defender seu estado de origem, o Amazonas, o senador Arthur Virgílio (PSDB) ...

g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL16083-5601,00.html - 46k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#) [[Mais resultados de g1.globo.com](#)]

[Agência Sebrae de Notícias](#)

Da Agência Senado. Brasília - A partir da terça-feira (7), data em que recomeçam as sessões deliberativas no Senado, ... Agência Senado - www.senado.gov.br ...

asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?noticia=5412119&canal=208 - 45k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Agência Sebrae de Notícias](#)

Da Agência Senado. Agência Senado. Agência Senado. Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas está na pauta de votação do Senado mas ainda depende de acordo ...

asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?noticia=5351870&canal=208 - 49k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[[Mais resultados de asn.interjornal.com.br](#)]

[Brasil e Cuba trocam experiências na área de odontologia — Agência ...](#)

Veículos, Agência Brasil, Radioagência Nacional, Radio Nacional AM Brasília, Radio Nacional FM Brasília, Radio Nacional OC da Amazonia, Radio Nacional AM do ...
www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/02/26/materia.2007-02-26.3174869382/view - 27k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Repórter Brasil :: Jornalismo Social, Comunicação Comunitária e ...](#)

25/04/2007 Agência Senado Emenda 3 poderá aumentar trabalho escravo, diz ministro ... 22/03/2007 Agência Senado Senadores fazem sugestões à Subcomissão de ...
www.reporterbrasil.com.br/clippings.php - 20k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Repórter Brasil :: Jornalismo Social, Comunicação Comunitária e ...](#)

20/03/2007 Agência Senado Ministério Público vai investigar confinamento de ... 26/02/2007 Agência Senado Comissão Parlamentar amplia punição sobre trabalho ...
www.reporterbrasil.com.br/clippings.php?pagina=2&limite=50&orderby=&tipo=&busca= - 20k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[PPCOR - PROGRAMA POLÍTICAS DA COR / LPP / UERJ](#)

17/5/2007 - Brasil - Agência Senado. Matilde defende aprovação de leis com demandas dos negros 17/5/2007 - Brasil - Agência Senado ...
www.lpp-uerj.net/olped/AcoesAfirmativas/banconoticias.asp?PagAtual=1&VarPagMax=10&NumPagMax=10 ... - 57k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[PPCOR - PROGRAMA POLÍTICAS DA COR / LPP / UERJ](#)

17/5/2007 - Brasil - Agência Senado. Representante de quilombo diz que quilombolas são muito discriminados 17/5/2007 - Brasil - Agência Senado ...
www.lpp-uerj.net/olped/AcoesAfirmativas/banconoticias.asp?PagAtual=1&VarPagMax=10&NumPagMax=10 ... - 57k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Exibição de Notícia Exibe a versão de impressão da página Retorna ...](#)

Agência Senado: Senadora defende aumento no percentual do Fundo de Participação dos ... Agência Senado. Ao registrar a realização da Conferência de ...
www.chapadagaucha.mg.gov.br/003/00301009.asp?ttCD_CHAVE=21212 - 17k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Agrosoft Brasil :: Senado aprova incentivo fiscal para empresas ...](#)

agencia@senado.gov.br Fundação Oswaldo Cruz www.fiocruz.br. www.agrosoft.org.br © 2007 Agrosoft Brasil faleconosco@agrosoft.org.br.
www.agrosoft.org.br/?q=node/24175 - 13k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Agrosoft Brasil :: Aprovado incentivo tributário para a mistura de ...](#)

Já o senador Sibá Machado (PT-AC) disse que o projeto incentivará os produtores da mandioca e o aproveitamento industrial do produto. FONTE Agência Senado ...
www.agrosoft.org.br/?q=node/24137 - 13k - 4 jun. 2007 - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)
 [[Mais resultados de www.agrosoft.org.br](#)]

[ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão](#)

Cristina Vidigal / Repórter da Agência Senado. A Rádio Senado completou nesta segunda-feira ... (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) ...
www.abert.org.br/D_mostra_clipping.cfm?noticia=102709 - 17k - [Em cache](#) - [Páginas](#)

[Semelhantes](#)

[PDF]

[Concluído o pagamento das indenizações do Bolsão](#)Formato do arquivo: PDF/Adobe Acrobat - [Ver em HTML](#)

T PINHEIRO/AGÊNCIA SENADO. Gráfica do Senado. valoriza história do Brasil ... GERALDO

MAGELA/AGÊNCIA SENADO. Relatório de Roraima alerta a Presidência ...

www.delcicio.com.br/jornal/jornal2.pdf - [Páginas Semelhantes](#)**[Acessibilidade Brasil - Informativos](#)**

Página da Agência Senado está totalmente acessível a deficientes visuais A Agência Senado também participa da Semana de Valorização da Pessoa com ...

www.acessobrasil.org.br/index.php?itemid=537 - 26k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)**[Bem Paraná - Senado aprova reajuste de 29,81% aos salários](#)****[Almeida Lima](#)**

O senador também citou a Agência Senado em sua queixa.: - A fonte de informações dos jornalistas brasileiros é a Agência Senado. Tenho e-mails do meu Estado ...

www.almeidalima.com.br/noticias/noticiaDet.asp?ORDEM=108 - 29k - [Em cache](#) - [Páginas](#)[Semelhantes](#)**[Usina de Letras](#)**

As matérias abaixo são da Agência Senado e do site pró-gay Vermelho, do PCdoB, ... (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) ...

www.usinadeletras.com.br/exibelotexto.phtml?cod=44777&cat=Artigos - 41k - [Em cache](#) -[Páginas Semelhantes](#)**[.: Boletim Famaliá .: Subprocuradora diz que decreto de Lula ...](#)**

(Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) ... Fonte: Agência Senado 17 de Maio de 2007 - 16h09 - Última modificação em 17 de Maio de 2007 - ...

www.overmundo.com.br/blogs/subprocuradora-diz-que-decreto-de-lula-reconhece-um-pais-

plural - 29k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)**[Fale Conosco Webmail Usuário: Senha: OK Institucional Conheça a ...](#)**

Agência Senado: CCJ vota proposta que torna orçamento impositivo (08/12/2003 - 18:32). Agência Senado. O presidente da Comissão de Constituição, ...

www.serratalhada.pe.gov.br/003/00301009.asp?ttCD_CHAVE=5879 - 13k - [Em cache](#) -[Páginas Semelhantes](#)

[PDF]

[Senado aprova regulamentação do Fundeb](#)Formato do arquivo: PDF/Adobe Acrobat - [Ver em HTML](#)

Ricardo Icassati / Repórter da Agência Senado. (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado). ICASSATI, Ricardo. Senado aprova regulamentação ...

www.cereja.org.br/arquivos_upload/fundeb_aprovacao_senado.pdf - [Páginas Semelhantes](#)**[:: Partido da República - 22 ::](#)**

O primeiro item da pauta de votações, segundo a Agência Senado, é a MP 338/06, que abre crédito extraordinário ao Orçamento de Investimento para 2006, ...

www.partidodarepublica.org.br/pr22/NOTICIAS_REPUBLICANAS_2007/noticias_2007_691.html

- 40k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)**[GERAL](#)**

De acordo com a agência Senado, apuraram os senadores que a ONG Núcleo de Apoio ao ... Matéria da agência Senado sobre o evento está disponível na página ...

www.abong.org.br/deolhoembrasil/arquivos/deolhotextos93.htm - 27k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Renan Calheiros não pretende afastar-se da presidência do Senado

Agência Senado 29/05/2007 12:32 ... Entreguei absolutamente tudo, não está faltando nada", reiterou o presidente do Senado. (Agência Senado) ...

www.valoronline.com.br/valoronline/Geral/politica/Renan+Calheiros+nao+pretende+afastar-se+da+presidencia+... - 29k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

PSDB começa a colher assinaturas para CPI do Apagão Aéreo no Senado

Agência Senado 11/04/2007 19:40 ... CPI na Câmara e outra no Senado; uma CPI apenas no Senado;

e uma CPI Mista com deputados e senadores. (Agência Senado) ...

www.valoronline.com.br/valoronline/Geral/politica/senado/PSDB+comeca+a+colher+assinaturas+para+CPI+do+Apa... - 29k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Clipping Eletrônico

Agência Senado e estatal de notícias chinesa firmam convênio de cooperação. A Agência Senado e a agência estatal de notícias chinesa Xinhua firmaram nesta ...

[news.tce.sc.gov.br/aplic/clipping.nsf/\\$defaultview/BF9D2A5CD4B9E5C08325721F004796AC?OpenDocument](http://news.tce.sc.gov.br/aplic/clipping.nsf/$defaultview/BF9D2A5CD4B9E5C08325721F004796AC?OpenDocument) - 10k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Relator da CPI: erro de controlador causou acidente da Gol - O ...

CPI do Apagão Aéreo no Senado toma depoimento de controladores de voo - Agência Senado.

BRASÍLIA - No primeiro depoimento público, três controladores da ...

oglobo.globo.com/pais/mat/2007/05/28/295924164.asp - 46k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Fórum de Entidades Nacionais de Direitos Humanos

... perderá o direito à menoridade. Roberto Homem / Repórter da Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) ...

www.direitos.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=3299&Itemid=1 - 43k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[PDF]

Geraldo Sobreira / Repórter da Agência Senado (Reprodução ...

Formato do arquivo: PDF/Adobe Acrobat - [Ver em HTML](#)

(Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado). Mercosul. 14/12/2006 - 13h41. "Chacho"

Álvarez afirma que o desafio do Mercosul é combater a ...

www.presidenciamercosur.org/img/prensa_documentos/535.pdf?PHPSESSID=bea107c043075244e42d6c2

04ffd4ece - [Páginas Semelhantes](#)

WWF - WWF-Brasil participa de sessão especial em homenagem ao Dia ...

Sessão especial em homenagem ao Dia Mundial do Meio Ambiente, no Senado Federal, em Brasília.

© Agencia Senado / Celio Azevedo ...

www.wwf.org.br/index.cfm?uNewsID=7680 - 28k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

ABC Digital - Agência Brasília de Comunicação

(Com Agência Senado). Clique aqui e indique a página da ABC Digital a um amigo. ... A ABC Digital utiliza material da Agência Brasil, Agência Senado e ...

www.digitalabc.com.br/?id=5487 - 35k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[ABC Digital - Agência Brasília de Comunicação](#)

(com Agência Senado). Clique aqui e indique a página da ABC Digital a um amigo. ... A ABC Digital utiliza material da Agência Brasil, Agência Senado e ...

www.digitalabc.com.br/?id=5542 - 35k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Site de Economia](#)

Senado aprova projeto que cria Fundo de Investimento do FGTS (Agência Senado, 30/05/07) - Exportações brasileiras cresceram 149,5% e podem crescer mais ...

economia.unicenp.edu.br/index.asp?secao=noticia&id_noticia=5703 - 18k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Senado aprova nova distribuição de verbas do Fundo Partidário — INESC](#)

Agência Senado. ... Agência Senado. Agência Senado. O Plenário do Senado aprovou, nesta terça-feira (27), ... Simone Franco / Repórter da Agência Senado ...

www.inesc.org.br/.../jaibr/noticias-do-inesc/senado-aprova-nova-distribuicao-de-verbas-do-fundo-partidario/ - 19k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Senado poderá convidar Al Gore para audiência na Comissão de Meio ...](#)

... suspensão parcial ou total de direitos, prestação pecuniária e recolhimento domiciliar. Roberto Homem / Repórter da Agência Senado. Agência Senado ...

www.direitodoestado.com.br/.../Senado-poderá-convidar-Al-Gore-para-audiencia-na-Comissao-de-Meio-Ambiente - 33k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Projeto que trata da discriminação de homossexuais causa polêmica ...](#)

... para superar a trágica marca de um homossexual assassinado a cada dois dias em nosso país - argumentou a senadora em entrevista à Agência Senado. ...

www.direitodoestado.com.br/noticias/3602/Projeto-que-trata-da-discriminacao-de-homossexuais-causa-polê... - 34k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Senadora Serys](#)

15/05/2006 - Agência Senado - Serys aponta presença feminina limitada 24/04/2006 - Agência Senado - Diplomatas de carreira ganham reajuste dos ...

www.serys.pro.br/midias.asp?pagina=8&assunto= - 59k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Senadora Serys](#)

22/06/2006 - Agência Senado - Alimentos poderão ser pagos a partir da concepção ... 19/06/2006 - Agência Senado - Advogada tem indicação para o STJ aprovada ...

www.serys.pro.br/midias.asp?pagina=6&assunto= - 59k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[CAE do Senado debate evolução da dívida pública e vota indicação ...](#)

[Folha Online - Cotidiano - Senado pode intermediar negociações ...](#)

Segundo a Agência Senado, policiais federais que estavam no plenário aplaudiram de pé a proposta. Volta ao trabalho Quatro das 23 unidades da federação que ...

www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u93874.shtml - 26k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Prefeitura de Itiquira :::](#)

Em entrevista à Agência Senado o senador Jonas Pinheiro (PFL-MT) explica as Agência Senado - O que é que o senhor chama de o governo não prejudicar os ...

www.itiquira.mt.gov.br/emfoco_inteira.php?cod=4 - 29k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Exibição de Notícia Exibe a versão de impressão da página Retorna ...

Agência Senado: Vereadores pedem a Renan apoio à PEC que aumenta o número de representantes nas Câmaras Municipais (25/04/2007 - 14:07) ...

www.breves.pa.gov.br/003/00301009.asp?ttCD_CHAVE=52165 - 17k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

PSDB

Agência Senado - Os investimentos realizados na Amazônia em segurança são suficientes? ...

Agência Senado - Qual o papel do Senado Federal nesse debate? ...

www.psdb.org.br/entrevista.asp?id=3071 - 25k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT

... por requerimento do senador Delcídio Amaral (PT-MS). Helena Daltro Pontual / Repórter da

Agência Senado. ASCOM/ANTT. Fonte: Agência Senado. Fone: 34101874.

www.antt.gov.br/noticias/mostra_noticia.asp?id=2023 - 6k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Senado aprova regulamentação do Fundeb

Ricardo Icassati / Repórter da Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado). próxima. Sistema "S". versão para impressão.

forumaja.org.br/?q=node/969 - 17k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Bem Paraná - Senado aprova reajuste de 29,81% aos salários

Com essa medida, deputados e senadores passam a ganhar R\$ 16.512,09. Agência Senado. Geraldo Magela / Agência Senado. Plenário do Senado ...

www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VUXIWa1pqU0ZKUFVrZDRUMXBYZEVaa01WR

jNwV3hLYVZadVFsWIVWV2gzVkd4d05rMU... - 56k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Agência Câmara de Notícias

A Agência Senado adiantou que Renan Calheiros deverá conceder daqui a pouco ... Com informações da Agência Senado (Reprodução autorizada desde que contenha ...

www.camara.gov.br/internet/agencia/imprimir.asp?pk=84202 - 5k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Semelhantes](#)

Que serviços os governos gostariam de oferecer em dispositivos ...

Formato do arquivo: PDF/Adobe Acrobat - [Ver em HTML](#)

2ª) Jornalistas da Agência Senado. - Confecção de matérias ... Agência Senado de Notícias

(serviço. "Push" por assunto, por parlamentar, ...

www.conip.com.br/bancodeideias/relatorios/mgov_2007/apresentacoes/23_04_ClaudioMiranda

[_Prodasen.pdf](#) - [Páginas Semelhantes](#)

Política - Diário OnLine (Diário do Grande ABC) - O Minuto a ...

Com Agência Senado. O senador Antônio Carlos Magalhães (DEM-BA) passou mal nesta ... Da

Agência Senado. Ouvido nesta terça-feira pela CPI (Comissão ...

jovem.dgabc.com.br/politica_rss.asp - 10k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

NEV - Agência Senado: Lúcia Vânia comunica à CMO crescimento do ...

Agência Senado Gorette Brandão 22/03/2007 ... O colegiado de líderes, por sua vez, se reunirá às terças-feiras, às 16h. Fonte: Agência Senado.

www.nevusp.org/conteudo/index.php?conteudo_id=577 - 8k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Re: \[PSL-DF\] Notícia auspiciosa pro SL ou em SL:Senado imita Câmara](#)

Cristina Vidigal / Repórter da Agência Senado > (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) > 58473 > > ...
listas.softwarelivre.org/pipermail/psl-df/2006-September/005201.html - 10k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[\[PSL-DF\] Notícia auspiciosa pro SL ou em SL:Senado imita Câmara](#)

Cristina Vidigal / Repórter da Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado) 58473 ----- Próxima Parte ----- Um ...
listas.softwarelivre.org/pipermail/psl-df/2006-September/005189.html - 7k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Revista Brasileira de Risco e Seguro](#)

Em recente entrevista à Agência Senado, o autor dos requerimentos ... Porque o petróleo ainda é muito barato", afirmou Inácio Arruda. Fonte: Agência Senado ...
www.rbrs.com.br/noticias/noticias_interna.cfm?id=6552 - 7k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[G1.com.br > Política - NOTÍCIAS - 'Fiquei sentida', diz miss ...](#)

Agência Senado O presidente do Senado, Renan Calheiros, durante foto com as misses (foto: Agência Senado) A miss Paraná Jéssica Pereira, que participa na ...
carnaval.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL18110-5601,00.html - 42k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Senador Amir Lando](#)

Agência Senado. Amir Lando quer atenção para cacauzeiros inadimplentes de RO (25/07 - 12:00 ...
Agência Senado. CPI dos Sanguessugas anuncia responsáveis por ...
www.atontecnologia.com.br/clientes/amirlando/index.php?a=noticias.php - 38k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[CBIC](#)

Marcos Magalhães / Repórter da Agência Senado. (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado). Fonte: Agência Senado. Mais Notícias – Fevereiro.
www.cbic.org.br/mostraPagina.asp?codServico=1539&codPagina=8206 - 39k - [Em cache](#) -

8. Referências

- ADGHIRNI, Zélia Leal. *Jornalismo on-line e identidade profissional do jornalista*. In.: MOUILLAND, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell. O jornal – da forma ao sentido. Coleção Comunicação. Editora Universidade de Brasília, Brasília, 2002.*
- _____. *O jornalismo entre a informação e a comunicação: como as assessorias de imprensa agendam a mídia*. Trabalho apresentado a Seção temática 6 (Jornalismo) do VII Colóquio Brasil-França. Intercom, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18480/1/R2453-1.pdf> *
- ALBERT, P. & TERROU, F. *História da imprensa*. Coleção Universidade Hoje. Martins Fontes Editora Ltda. São Paulo, 1990.
- ANDRIES, Lise. *Almanaques – revolucionando um gênero tradicional*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- ARBEX, José Jr. “*Uma outra comunicação é possível (e necessária)*”. In.: MORAES, D. (org.). Por uma outra comunicação. Record, Rio de Janeiro, 2003, pp.385-400.
- ASSIS, Machado de. *O velho Senado*. Coleção Miltom Campos: V.1, Centro Gráfico do Senado Federal, Brasília, DF, 1989.
- BARBERO, Jesus Martin. *A comunicação no projeto de uma nova cultura política*. In.: MELO, José Marques de (org.) Comunicação na América Latina. Desenvolvimento e Crise. Papirus, Campinas, SP, 1989.
- BARBOSA, H.. *Comunicação Pública e relações de poder: a Reforma do Judiciário*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27, 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: INTERCOM, 2004. URI: <http://hdl.handle.net/1904/16922> *
- BELL, Daniel. *O advento da sociedade pós-industrial*. Cultrix, São Paulo, 1977.
- BIRN, Raymond. *Malesherbes e o clamor por uma imprensa livre*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Campus, Rio de Janeiro, 1997.

- BORNECQUE, Henri e MORNET, Daniel. *Roma e os romanos*. Edusp, São Paulo, 1976.
- BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma história social da mídia – De Gutenberg à Internet*. Jorge Zahar Ed. Rio de Janeiro, 2004.
- CALLON, Michel. *Society in the makin; the estudy of technology as a tool for sociological analysis*. In.: The social constructrion of technological system. Massachusetts: Institute of Technology, 1989.
- CASSELLE, Pierre. *Os impressores e a política municipal*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) *Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Volume I. Paz e Terra, São Paulo, 2005.
- _____ *Internet e sociedade em rede*. In.: MORAES, D. (Org.). *Por uma outra comunicação*. Record, Rio de Janeiro, 2003, pp. 255-287.
- DARNTON, Robert & ROCHE, Daniel (orgs.) *Revolução impressa : A imprensa na França, 1775-1800*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- DIAS, Marco Antônio Rodrigues. In.: MOUILLAND, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell. *O jornal – da forma ao sentido*. Coleção Comunicação. Editora Universidade de Brasília, Brasília, 2002.
- DIRINGER, David. *A escrita*. Editorial Verbo, Lisboa - Portugal, 1971.
- DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. *Central de Atendimento 0800 do Senado Federal, uma história de conquistas para o cidadão*. Trabalho apresentado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Florianópolis, abril de 2004.*
- DOWBOR, Ladislau. *Economia da comunicação*. In.: DOWBOR, Laudislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A. e SILVA, Hélio (Orgs.). *Desafios da comunicação*. Vozes, Petrópolis, 2000.
- DOWBOR, Monika & SILVA, Hélio. *Os meios de comunicação a serviço do marketing*. In.: DOWBOR, Laudislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A. e SILVA, Hélio (Orgs.). *Desafios da comunicação*. Vozes, Petrópolis, 2000.
- ELLUL, Jacques. *A técnica e o desafio do século*. Ed. Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1968.
- EMERY, Edwin. *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Lidador, Rio de Janeiro, RJ, 1965.

- FREITAS, L.C. *A midiatização do parlamento*. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília. 2004.*
- GUIMARÃES, Walter Roberto Vaz. *Jornalismo Híbrido. Como a Agência Senado de Notícias pauta a mídia*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília. 2003.*
- GRIMAL, Pierre. *A civilização romana*. Edições 70, LDA. Lisboa, Portugal, 1984.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Tempo Brasileiro. 2ed. Rio de Janeiro, 2003.
- HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil – sua história*. Editora da Universidade de São Paulo, 2ª ed.rev. e ampl. São Paulo, 2005.
- HESSE, Carla. *Transformações econômicas na edição*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) *Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- HOBBSBAWM, E.J. *A Revolução Francesa*. Paz e Terra. Coleção Leitura. Rio de Janeiro, RJ, 1996.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, Vera V. *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Vozes. Petrópolis, RJ, 2003.
- JEAN, Georges. *A escrita-memória dos homens*. Objetiva, Rio de Janeiro, 2002.
- KUHN, T.S. *A estrutura das revoluções científicas*. Ed. Perspectiva, São Paulo, 1975.
- LATOUR, Bruno. *Ciência em ação*. Unesp, São Paulo, 2000.
- LAVILLE, Christian, DIONNE, Jean. *A construção do saber*. Ed. UFMG. Porto Alegre, 1999.
- LEITE, Beatriz Westin de Cerqueira. *O Senado nos anos finais do Império (1870-1889)*. Coleção Bernardo Pereira de Vasconcellos, vol. 2. Senado Federal co-editado com a Editora Universidade de Brasília, Brasília, 1978.
- LERNER, Daniel e SCHRAMM, Wilbur. *Comunicação e Mudança nos países em desenvolvimento*. Melhoramentos, Ed. da Universidade de São Paulo, 1973.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Ed. 34. São Paulo, 1994.

- _____. *Pela ciberdemocracia*. In.: MORAES, D. (Org.). Por uma outra comunicação. Record, Rio de Janeiro, 2003, pp. 367-384.
- LISSNER, Ivar. *Os césores – apogeu e loucura*. Ed. Itatiaia. Belo Horizonte, 1964.
- MARQUES, Márcia. *As mudanças nas rotinas de produção das agências de notícias com a consolidação da Internet no Brasil*. Dissertação de Mestrado. Versão eletrônica. Brasília-DF, março/2005.
- MARQUES de MELO, José. *História social da imprensa*. Coleção Comunicação, 27 Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- MATOS, Heloiza. *Comunicação Pública – Democracia e Cidadania: o caso do legislativo*. Artigo apresentado no GT de Relações Públicas no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Rio de Janeiro, 1999.*
- MCDONALD, A.H. *Roma republicana*. 26° vol. Coleção História Mundi. Editorial Verbo, Lisboa/Cacem, Portugal, 1971.
- McLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutenberg*. Companhia Editora Nacional - Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1972.
- _____. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Cultrix. São Paulo, 2003.
- MINARD, Philippe. *A agitação na força de trabalho*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) *Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- MONTALBÁN, Manuel Vázquez. *Historia y comunicación social*. Ed. Mondadori, Barcelona, Espanha, 2000.
- MORAES, Dênis de. *O capital da mídia na lógica da globalização*. In.: MORAES, D. (Org.). Por uma outra comunicação. Record, Rio de Janeiro, 2003, pp. 187-216.
- MORAES, Patrícia B. *Cidade, comunicação e tecnologia da informação: uma análise dos portais governamentais brasileiros*. Trabalho apresentado no Núcleo de Tecnologia da Informação e da Comunicação do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2003.
- MOREL, Edmar. *O Golpe começou em Washington*. Ed. Civilização Brasileira S.A. Rio de Janeiro, 1965.
- MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em tempo real – O fetiche da velocidade*. Revan, Rio de Janeiro, 2002.

NUCCI, Celso (org.) *Manual de jornalismo da Radiobrás: produzindo informação objetiva em uma empresa pública de comunicação*. Senado Federal. Subsecretaria de Edições Técnicas, Brasília, 2006.

OLIVEIRA, M^a José da C. *Gestão pública, comunicação e cidadania: o caso da prefeitura municipal de Campinas*. Artigo apresentado no Núcleo de Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.*

PARK, Robert E. *A notícia como forma de conhecimento*. In.: STEINBERG, Charles S. Meios de Comunicação de Massa, Cultrix, São Paulo, 1972.

PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalista on-line: um novo status profissional? Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília, 2003. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf

_____. *O 'jornalista sentado' e a produção da notícia on-line no CorreioWeb*. In.: Em Questão, Porto Alegre, v. 10, n.1, p. 95-108, jan./jun. 2004. Disponível em: www.ufrgs.br/emquestao/pdf_2004_v10_n1/EmQuestaoV10_N1_2004_art06.pdf*

PINCH, T. & WIEBE, E. The social construction of facts and artifacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. In: Bijker, W.; Hughes, T. & pinch, T. *The Social Construction of Technological System*. Massachusetts Institute of Technology, 1987.

PINTO, Álvaro Vieira. *O conceito de tecnologia – volume I*. Contraponto, Rio de Janeiro, 2005.

POPKIN, Jeremy D. *Jornais – a nova face das notícias*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) *Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

POSTER, Mark. *Cidadania, mídia digital e globalização*. In.: MORAES, D. (Org.). *Por uma outra comunicação*. Record, Rio de Janeiro, 2003, pp. 315-336.

RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. Vozes, 3^a.ed. Petrópolis, RJ, 1999.

_____. *O poder midiático*. In.: MORAES, D. (Org.) *Por uma outra comunicação*. Record, Rio de Janeiro, 2003, pp. 243-252.

RIZZINI, Carlos. *O Jornalismo antes da tipografia*. Companhia Editora Nacional. São Paulo, 1968.

RODRIGUES, Malena Rehbein. *Agendando o Congresso Nacional: da agenda-setting à crise da democracia representativa*. In.: MOTTA, Luiz Gonzaga Motta (org.). *Imprensa e Poder*. Ed. Universidade de Brasil, São Paulo. Imprensa Oficial do Estado, 2002. Coleção Comunicação.*

ROULAND, Norbert. *Roma, democracia impossível? Os agentes do poder na urbe romana*. Ed. Universidade de Brasília, Brasília, 1997.

SANT'ANNA, Chico. *TV Parlamento: Transparência e show de realidade*. Artigo postado no site do Observatório da Imprensa, em 05/02/2003.*

Jornalismo corporativo – tarefa de quem? In.: LOPES, Boanerges e VIEIRA, Roberto F. (Orgs). *Jornalismo e Relações Públicas – ação e reação*. Mauad, Rio de Janeiro, 2004, pp. 107-140. *

Quem faz a notícia no parlamento brasileiro? – As rotinas dos newsmakers do Senado Federal. Revista Líbero do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Casper Líbero. São Paulo. Ano IV – nº. 18, dez. 2006.*

SECRETARIA AGÊNCIA SENADO/SECRETARIA JORNAL DO SENADO – *Manual de Redação*. Brasília. Senado Federal, 2001.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (SECS) – SENADO FEDERAL. *Marketing político e comunicação – O Senado e a opinião pública*. Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal. Secretaria Especial de Editoração e Publicações, Senado Federal, Brasília, 1999.*

SECRETARIA DE RECURSOS HUMANOS DO SENADO FEDERAL. *A experiência da pesquisa do serviço de qualidade de vida e reabilitação funcional na Secretaria Agência Senado da SECS (Relatório)*. Brasília, 2006.*

SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO DISTRITO FEDERAL. *Jornalismo de Brasília: Impressões e vivências*. Lantana Comunicação, Brasília, 1993.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Mauad, 4.ed. Rio de Janeiro, 1999.

STEPHENS, Mitchell. *História das comunicações – do tantã ao satélite*. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1993.

THOMPSON, J.B. *Ideologia e cultura moderna*. Vozes. Petrópolis, RJ, 1995.

VERNUS, Michel. *A Perspectiva de uma província*. In.: DARNTON, ROBERT & ROCHE, Daniel (org.) *Revolução Impressa – A imprensa na França, 1775-1800*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

VEYNE, Paul (org.). *História da Vida Privada. Do império romano ao ano mil*. Companhia das Letras, São Paulo, 1990.

WEILL, Georges. *El periódico*. Vol. 142 de *La evolucion de la humanidad*. Ed. Uteha, Cidade do México, México, 1962.

* Obras que abordam a temática da comunicação do Senado ou que citam a Agência Senado.

Páginas visitadas na Internet:

www.in.gov.br/imprensa/jsp/machado.jsp - acessado em 12/03/2006.

www.senado.gov.br/agencia/verNoticia.aspx?codNoticia=56449 - acessado em 16/10/2006.

<http://www.senado.gov.br/comunica/historia/index.htm> - acessado em 04/06/2006.

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/ipub050220031.htm> - acessado em 22/02/2007

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2004)
<http://www.intercom.org.br/papers/indexbp.html> - acessado em 20/08/2006.

http://contasabertas.uol.com.br/noticias/detalhes_noticias.asp?auto=1740 –
acessado em 01/06/2007.

<http://www.globaliswatch.org/en/node/421>

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<http://www.cgi.br/>

<http://mdgs.un.org/unsd/mdg/SeriesDetail.aspx?srid=608&crid=>

http://www.pnud.org.br/pobreza_desigualdade/reportagens/index.php?id01=2388&lay=pde