

## “A IMPRENSA E A SECA” \*

Paulo de Tarso Bernardes Mamede \*\*

Luís Carlos Alencar Fonteles \*\*

Nilton Melo Almeida \*\*\*

“A seca, no Ceará, sempre foi utilizada para fins políticos, visando ao triunfo dos que estão no poder”

Abelardo F. Montenegro

No livro *Os partidos políticos no Ceará*

Edições Universidade Federal do Ceará (1980)

Na verdade, a constatação do professor Abelardo F. Montenegro é extensiva a todo o Nordeste.

Como têm provado estudos e pesquisas de órgãos idôneos, inclusive ligados ao próprio Governo — como é o caso do Centro Tecnológico Aeroespacial (CTA) e da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) —, a seca deixou de ser, há muito, o grande mistério climático. Não passa de um fenômeno cíclico cientificamente previsível que se consolidou no Nordeste como o instrumento mais eficaz de dominação e manutenção das relações entre as classes dominantes — detentoras dos meios de produção — e os trabalhadores — meros dispositivos braçais da mão-de-obra explorada.

Esmiuçar a pobreza e miséria seculares da Região não é bem o objetivo deste trabalho, assim como não é preocupação nossa ar-

\* Conferência elaborada para o VIII Encontro Nacional dos Estudantes de Comunicação, promovido pelo Centro Acadêmico Tristão de Athayde e Universidade Federal do Ceará, realizado em Fortaleza-Ceará, no período de 16 a 22 de julho de 1984.

\*\* Estudantes de Comunicação Social da U.F.C.

\*\*\* Bacharel em Comunicação Social pela U.F.C., Jornalista.

rolarmos aqui o potencial, a riqueza e os recursos naturais, culturais e humanos desta imensa área (978.291 quilômetros quadrados) a que se convencionou chamar, de forma até pejorativa, o Polígono das Secas.

Para tanto, levamos em conta que:

a) seja do conhecimento de todos, pelos estudos já publicados, que nós, nordestinos, 35 milhões de pessoas, representamos 30% da população brasileira, das quais dez milhões padeceram no genocídio dos últimos cinco anos de seca (1979 a 1983), segundo denúncia dos bispos brasileiros;

b) temos a rele perspectiva de 43 anos de vida;

c) contribuimos com apenas 11% para a formação do Produto Interno Bruto (PIB) nacional;

d) Registramos uma renda per capita equivalente a 36% da renda per capita do país;

e) abrigamos 56,9% do total de posseiros do país;

f) convivemos com desigualdades como esta: 67,8% dos estabelecimentos rurais da Região concentram apenas 5% das terras, enquanto 0,4% de estabelecimentos concentram 37,2%;

g) veremos 143 mil crianças nordestinas morrerem de desintéria somente este ano;

h) 82,3% (4,6 milhões) do total da mão-de-obra agrícola da Região no meio rural ganham igual ou menos de um salário mínimo;

i) 50% (2,6 milhões) do total da mão-de-obra no meio rural ganham igual ou inferior ao salário mínimo;

j) e o pior: 94% (1,8 milhão) de empregados agrícolas e mais 43% (1,7 milhão) de empregados urbanos não possuem carteira assinada.

• Enfim, assistimos a cada dia à evolução do processo de concentração de renda e da terra, fruto da estrutura agrária determinada pelos latifundiários.

Nas épocas de seca, a exemplo do que ocorreu de 1979 a 1983, a todo esse quadro, traçado superficialmente e apenas com alguns pontos mais gritantes, soma-se um contingente de flagelados, famintos, desempregados. Uma realidade que não é *questionada* pelos Meios de Comunicação de Massa (MCM). Quando muito, uma realidade *transmitida* pelo ângulo dos interesses de quem domina os MCM, aos quais estão subjugados os profissionais da área, simples trabalhadores assalariados dentro de um quadro estrutural.

A propósito, entrando mais no objetivo do nosso trabalho, cabe perguntar:

- 1) Que papel desempenham os MCM frente a esses problemas?
- 2) Que atuação, por exemplo, tiveram os MCM quanto à cobertura do último período de seca a que assistimos?

A rigor, para se fazer tal análise, havemos de considerar, primeiramente, o monopólio da informação, uma das bases de sustentação ideológica do poder político-econômico do mundo moderno, monopólio este, por sinal, perfeitamente enquadrado nos mesmos moldes do monopólio da terra, da água, do monopólio industrial ou comercial. Todos eles nitidamente instrumentalizados em defesa do *status quo*.

Imprescindível, portanto, ao se observar tais aspectos, saber a quem pertencem os MCM, quem são os beneficiários das concessões graciosas distribuídas pelo Governo Federal, quem os mantêm, quem os controla em nossa Região (Veja o Anexo I). Como no resto do país, destacam-se os grandes grupos empresariais e políticos que principalmente depois do golpe militar de 1964, passaram a exercer maior influência ainda nos resultados das concessões de canais de rádio e televisão, distribuídas ao bel-prazer do Governo e atendendo aos interesses de segmentos nada preocupados com o intercâmbio Meios de Comunicação de Massa-Comunidade. Exceto quando este segundo setor é visto como público consumidor de um produto qualquer, incluindo-se aí, sobretudo, a mensagem institucional, ideológica, ou seja, a propaganda política.

Quanto ao meio jornal, da forma que o concebem os padrões da nova ordem tecnológica, por trás da qual giram os mais altos interesses transnacionais, a história é a mesma. Isto é, dominam-no também os únicos capazes de arcar com os elevados custos industriais, os mesmos grupos que, aos poucos, conseguiram atropelar o que havia do jornalismo romântico, transformando o profissional de imprensa, antes um trabalhador comprometido com os fatos, a verdade, a notícia, a comunidade, em um mero repassador de releases, um funcionário público. Respeitadas, evidentemente, as honrosas exceções, tanto a nível de empresa quanto a nível individual. Considere-se, além do que já foi exposto, as rédeas do Governo no tocante aos subsídios para importação do papel-jornal e à freqüente censura econômica a quem não segue os trilhos previamente traçados.

Demonstrativamente, tomando o Ceará como base, verifica-se que em todo o Estado havia, até 1963, 16 emissoras de rádio. De 1964 para 1980, foram instaladas mais 26. ("Os MCM e os grupos dominantes no Ceará", Revista de Comunicação Social, Adísia Sá), todas elas entregues a senadores, ministros, ex-governadores, deputados, grandes grupos econômicos e comerciantes ávidos por lucros fáceis e prestígio.

No fundo, tudo isso é feito criteriosamente, ensejando que esses importantes veículos — sem se falar na publicidade e propaganda, capitalista na sua essência e com objetivos ideológico-comerciais (Veja o Anexo II) — fiquem nas mãos dos donos do poder político, dos grandes latifundiários, industriais, comerciantes. Um resultado, no mínimo, desastroso que não passa por qualquer decisão da comunidade, nem de seus representantes no Congresso Nacional.

O fato, com certeza, é que o Governo, julgando suas conveniências, determina como proprietários do monopólio da informação os que melhor fazem “o controle e a manipulação ideológica dos MCS que se empenham em manter a situação”, conforme denuncia a “Carta aos Comunicadores”, divulgada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), em junho último, e alvejada pela grande imprensa.

Em um segundo plano, mas não menos importante, é preciso ficar claro, os privilégios do sistema acabam beneficiando mais uns que outros afilhados, às vezes entregando a uma só mão, quando essa já manuseia um jornal, por exemplo, concessões de rádio e televisão. Formam-se daí os chamados complexos de comunicação uma espécie de monopólio dentro do monopólio, cujas ambições imediatas geram brigas intestinas pelo controle do mercado, com resultados quase sempre negativos não só para a comunidade, fadada à vontade de uma empresa, como para nós profissionais, sujeitos às regras intransigentes do patronato, sobretudo no tocante à questão salarial (hoje, o piso salarial dos jornalistas no Ceará varia de Cr\$ 250.600,00 a Cr\$ 130.000,00, com vigência até dezembro de 1984).

O caso mais contundente, sem dúvida, refere-se ao grupo do sr. Roberto Marinho, o todo-poderoso proprietário do Sistema Globo de Comunicação, hoje com 40 emissoras de televisão, além de rádios e jornais. E atualmente com o propósito firme de esmagar o centenário *Jornal do Brasil*, fato que já preocupa aos líderes sindicais dos jornalistas.

Pelo que se conclui, de princípio, repetimos Pedrinho A. Guareschi em “Comunicação & Poder — A Presença e o Papel dos Meios de Comunicação de Massa Estrangeiros na América Latina”:

“Podemos traçar uma analogia: assim como o papel dos meios de comunicação de massa, dentro de um determinado país, é o de legitimar a dominação de uma classe sobre as outras, assim também, entre diversos países, eles servem como legitimadores do imperialismo de um país sobre outro”:

Algo parecido com o que o cientista social Eduardo Diatany Bezerra de Menezes, da Universidade Federal do Ceará, afirmou em debate nos “Encontros Culturais”, por ocasião de uma conferência

de outro cientista social, Vamireh Chacon. Para Eduardo Diatahy, as relações Norte-Sul, no Brasil, se comparam às relações países ricos e pobres, nas quais se acentuam as disparidades regionais. Nesse contexto, vale salientar, os MCM exercem sua função como parte do conjunto de uma estrutura imperialista em que uma região serve à outra abastecendo-a de matéria-prima e mão-de-obra.

Assim sendo é natural que a cobertura jornalística de um fato como a seca passe por caminhos desvirtuados:

a) A denúncia das conseqüências dos efeitos da seca não discute, muitas vezes, as causas do fenômeno que atinge o Nordeste desde 1559, segundo as primeiras referências históricas à seca. Obscurece propositadamente o ponto crucial, que esbarra na questão da concentração de terra, água e riquezas, em geral, e no controle dos meios de produção;

b) O que se divulga, em muitos casos, representa um instrumento de pressão no sentido de as elites dominantes regionais barganharem recursos do Governo Federal supostamente a serem empregados no combate à seca e a seus efeitos. A realidade mostra outro destino às verbas “conseguidas a duras penas em favor de políticos de prestígio”: ocorre, freqüentemente, o desvio dos recursos para fins eleitoreiros;

c) Além do mais, no geral as notícias e informações são manipuladas para criar um clima de emotividade entre a população, levada a promover campanhas de solidariedade cujos benefícios materiais — roupas, alimentos — são desviados também com os mesmos fins eleitoreiros ou manuseados com o objetivo de evitar a tensão social. Aqui mesmo no Ceará, tivemos de suportar a Missão Asa Branca, do Governo do Estado, e a “Nordestinos — O Brasil em busca de soluções”, da Rede Globo de Televisão, ambas com caráter essencialmente emergencial e assistencialista. Por sinal, digase, todas as universidades do Nordeste estão engajadas na campanha do sr. Roberto Marinho, feita em conjunto com o Grupo Votorantim e Fibropan. Pergunta-se:

— Até que ponto a comunidade universitária conhece os objetivos dessa campanha?

— E terá a comunidade universitária sido realmente consultada a participar da campanha?

d) O noticiário dedicado à seca tem o caráter eminentemente instantâneo. Não se dá espaço ao problema de forma sistemática e exaustiva, caindo tudo no vazio, no esquecimento. Para ilustrar, vejamos: neste último período de seca os jornais do sul só abriram espaços quando a situação na Região já era insustentável. Pode-se dizer que, em menor escala, o absurdo se repete com os jornais regionais. Se há dúvidas a respeito disso, por que então não se está

discutindo agora nos MCM os problemas do Nordeste com a mesma intensidade de há seis meses? Somente porque se caracterizou o período chuvoso? O drama da fome, da miséria, da exploração continua.

e) A tendência da imprensa brasileira de explorar o exótico, o curioso, o inusitado, apesar de nenhuma importância profunda, constitui-se outra forma de secundarizar a realidade. Não foi à toa que o *Jornal do Brasil* scandalizou o país ao publicar uma foto de um sertanejo mostrando um calango, sua alimentação diária. A seca, como elemento pitoresco, já proporcionou inclusive um Prêmio Esso Nacional, o prêmio de reportagem mais cobiçado da imprensa brasileira, a Rubens Rodrigues dos Santos, de *O Estado de São Paulo*, em 1958, com a matéria "Diário de um flagelado das secas"; e um prêmio regional à equipe do *Diário do Nordeste*, em 1983, com o tablóide "SOS Presidente".

Em síntese, os espaços só são ocupados até o ponto em que a "máquina" não vê prejuízos para suas engrenagens. Ou então quando procuramos, sutilmente, explorar as contradições do sistema surgidas no dia-a-dia.

A questão da seca e do Nordeste, de fato, integra o rol das grandes questões nacionais. Não somos os nordestinos os únicos privilegiados com problemas e discriminações. O tratamento é idêntico, portanto, ao que se dá ao extermínio de nossas florestas na Amazônia, pois antes da visão regionalista que estamos acostumados a apregoar, a problemática nordestina faz parte de um contexto nacional e universal. O problema existe e permanece como forma de eternizar a Região como uma das tantas reservas de mão-de-obra barata, reservas de atraso cultural, de dominação política.

Para o profissional da área de comunicação, bitolado por uma legislação arbitrária — Lei de Imprensa, Lei de Segurança Nacional, Código Brasileiro de Telecomunicações, além da própria Constituição outorgada pelo regime militar —, emerge ainda a luta incansável pela liberdade de imprensa, sem a qual é impossível o debate, a denúncia, a livre circulação de idéias e informações. Afinal, "a liberdade de dizer e publicar o que se pensa é um direito do povo" (declaração de princípios do XVI Congresso Nacional dos Jornalistas Profissionais, realizado de 2 a 5 de julho de 1976, em Curitiba). É certo que a liberdade de imprensa é uma conquista da sociedade burguesa — talvez a maior — mas com ela abre-se uma trincheira e uma brecha dentro das estruturas sociais vigentes.

Neste momento de discussão, deve-se alertar também para o importante fator da formação profissional do comunicador social, ocasião oportuna para repensarmos a ideologia que rege o ensino de comunicação social. Estamos, ainda, procurando superar as mazelas

que nos causou o acordo Ministério da Educação e Cultura e United States Agency for International Development (USAID), pelo qual concluiu-se que “a formação técnica profissionalizante seria o ideal para a educação brasileira porque era também o ideal na formação do estudante norte-americano” (M. Gadotti, em *Educação e Sociedade*).

Aprimorou-se e desenvolveu-se um ensino basicamente tecnicista, desligado das realidades nacional e regional, esquecendo-se a formação humanística do profissional. Como pode, portanto, o comunicador social falar dos problemas de sua terra, do campo em que atua, de seu povo sem conhecer sua cultura, sua história, suas especificidades geo-político-sócio-econômicas? Como pode o comunicador social — para R. A. Amaral Vieira, um intermediário entre o poder público e a massa, entre o poder público e/ou produtores e a massa e/ou compradores potenciais — interpretar as causas e conseqüências da seca e da miséria do Nordeste sem conhecer o mínimo de comunicação rural? Como pode o comunicador social entender o mito do Padre Cícero, compreender o fuzilamento do padre Mororó sem estudar o regional no contexto nacional e universal? Impossível e incompreensível, pelo menos da forma com que se vêm “formando” comunicadores sociais aos montes e sem nenhuma análise das possibilidades do mercado.

A saída, embora pareça distante e complicada, só depende de nós mesmos, células importantes no conjunto da sociedade, e da nossa capacidade de nos organizarmos da forma mais consciente possível dentro de nossos raios de ação. Seja como estudantes, professores, jornalistas, radialistas, publicitários, comunicadores sociais, enfim, atuando ao lado das causas populares, das lutas dos trabalhadores, da saga dos oprimidos.

Somente assim, organizando-nos, transformaremos essa sociedade injusta, somente desta forma mudaremos as relações de trabalho, teremos liberdade de expressão, daremos terra, água e crédito ao homem do campo, reformularemos o ensino capenga e acabaremos com a seca.

## ANEXO I

No Ceará, os jornais, as rádios e televisões estão assim distribuídos (este quadro foi atualizado a partir do trabalho “Os MCM e os grupos dominantes do Ceará”, de Adísia Sá, publicado na Revista de Comunicação Social, do Departamento de Comunicação Social e Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará):

### *Jornais-Local-Proprietário*

1. *O Povo*  
Fortaleza  
Albaniza Sarasate, viúva do ex-governador e ex-senador Paulo Sarasate
2. *Diário do Nordeste*  
Fortaleza  
Edson Queiroz, um conglomerado de 27 empresas nos mais diferentes setores.
3. *Tribuna do Ceará*  
Fortaleza  
José Afonso Sancho, banqueiro
4. *Folha do Ceará*  
Fortaleza  
César Cals, ex-governador do Ceará e ministro das Minas e Energia.
5. *O Estado*  
Fortaleza  
Venelouis Pereira, único ramo de atividade
6. *A Fortaleza*  
Fortaleza  
Igreja Católica.
7. *A Ação*  
Crato  
Igreja Católica.
8. *A Verdade*  
Baturité  
Igreja Católica.
9. *Correio da Semana*  
Sobral  
Igreja Católica.
10. *Correio de Russas*  
Russas  
Pertence a um comerciante.

### *Televisões-Local-Proprietário*

1. *Verdes Mares*  
Fortaleza  
Edson Queiroz

2. *Manchete*  
Fortaleza  
Bloch, proprietário de editora com grande penetração no país.
3. *Cidade*  
Fortaleza  
Patriolino Ribeiro, empresário com atuação em vários setores.
4. *Educativa*  
Fortaleza  
Governo do Estado

*Rádio FM-Local-Proprietário*

1. *Verdes Mares*  
Fortaleza  
Edson Queiroz
2. *O Povo*  
Fortaleza  
Albaniza Sarasate
3. *Universitária*  
Fortaleza  
Universidade Federal do Ceará
4. *Transcariri*  
Juazeiro do Norte  
Empresários ligados ao vice-governador do Ceará, Adauto Bezerra
5. *Vale do Cariri*  
Juazeiro do Norte  
Deputado federal (PDS) Mauro Sampaio

*Rádio AM-Local-Proprietário*

1. *Ceará Rádio Clube*  
Fortaleza  
Diários Associados
2. *Iracema*  
Fortaleza  
Adauto Bezerra
3. *Dragão do Mar*  
Fortaleza  
César Cals

4. *O Povo*  
Fortaleza  
Albaniza Sarasate
5. *Verdes Mares*  
Fortaleza  
Edson Queiroz
6. *Uirapuru*  
Fortaleza  
José Pessoa de Araújo, empresário da área de comunicação e político.
7. *Cidade*  
Fortaleza  
Patriolino Ribeiro
8. *Assunção*  
Fortaleza  
Mcésio Loiola, radialista que se tornou empresário.
9. *Rio das Garças*  
Acarauá  
Padre Aristides Sales, ex-prefeito de Acarauá.
10. *Araripe*  
Crato  
Patriolino Ribeiro
11. *Sociedade Educadora*  
Crato  
Igreja Católica
12. *Iracema*  
Juazeiro do Norte  
Adauto Bezerra
13. *Progresso*  
Juazeiro do Norte  
Adauto Bezerra
14. *Vale do Cariri*  
Juazeiro do Norte  
Mauro Sampaio
15. *Educadora do Nordeste*  
Sobral  
Igreja Católica
16. *Hidros Comunicação*  
Sobral  
Manoel Francisco das Chagas, empresário com pretensões políticas.

17. *Tupinambá*  
Sobral  
Paulo Lustosa, deputado federal do PDS.
18. *Uirapuru*  
Morada Nova  
José Pessoa de Araújo
19. *Uirapuru*  
Canindé  
José Pessoa de Araújo
20. *Uirapuru*  
Quixadá  
José Pessoa de Araújo
21. *Uirapuru*  
Itapipoca  
José Pessoa de Araújo
22. *Cultura*  
Aracati  
Ex-deputado estadual Ernesto Gurgel Valente (PDS)
23. *Cultura dos Inhamuns*  
Tauá  
Deputado Estadual Júlio Rego (PDS)
24. *Difusora Cristal*  
Quixeramobim  
Fenelon Câmara
25. *Educadora Jaguaribana*  
Limoeiro do Norte  
Adauto Bezerra
26. *Maciço do Baturité*  
Baturité  
César Cals
27. *Planalto da Ibiapaba*  
São Benedito  
Suplente de deputado federal Tomás Brandão (PMDB)
28. *Progresso de Russas*  
Virgílio Távora, ex-governador do Ceará e senador (PDS)
29. *Salamanca*  
Barbalha  
Mauro Sampaio

30. *Santana*  
Tianguá  
Virgílio Távora
31. *Sociedade*  
Limoeiro do Norte  
Ex-vice-governador do Estado do Ceará, Manoel Castro (PDS)
32. *Vale do Salgado*  
Lavras da Mangabeira  
Miguel de Arruda
33. *Pinto Martins*  
Camocim  
Deputado estadual Fonseca Coelho (PDS)
34. *Sertão Central*  
Senador Pompeu  
Deputado Estadual Fonseca Coelho (PDS)
35. *Litoral*  
Cascavel  
Virgílio Távora
36. *Difusora do Vale do Curu*  
Pentecoste  
Deputado federal Gomes da Silva (PDS)
37. *União*  
Camocim  
Deputado estadual Murilo Aguiar (PDS)
38. *Vale do Rio Poti*  
Crateús  
Deputado federal Hildo Furtado Leite (PDS) e deputado estadual Antônio dos Santos (PDS)
39. *Jornal Centro-Sul*  
Iguatu
40. *Asa Branca*  
Boa Viagem

Participaram da elaboração deste trabalho:

- \* Nilton Melo Almeida  
Pesquisa, redação, texto final e apresentação
- \* Paulo de Tarso Bernardes Mamede  
Pesquisa e redação
- \* Luís Carlos Cunha de Carvalho  
Pesquisa e redação