

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA E OS GRUPOS DOMINANTES NO CEARÁ

Adísia Sá (*)

“A luta para superar a dominação — externa, quando o poder situa-se fora da comunidade nacional; interna — quando o poder é exercido por uma camada nacional dominante — é a questão central, ainda que nem sempre reconhecida, na atual formulação de políticas de comunicação.”

(Herbert Schiller).

1. INTRODUÇÃO

Dentre os intelectuais, cientistas, filósofos, escritores, artistas e jornalistas, estes últimos têm ascendência mais direta, permanente e objetiva sobre o povo, tendo em vista o seu trabalho diário, acessível e relativamente barato. (1)

Antes do advento do rádio e da televisão, o jornal possuía a hegemonia da notícia ou transmissão da informação e da opinião, a despeito de sua pequena tiragem e do campo restrito de seus leitores: os alfabetizados, ou seja, os mesmos indivíduos que constituem a classe dominante. Mas era através desse veículo que a ideologia dominante alimentava os seus beneficiários e esses, por sua vez, por sua palavra e por seus comportamentos e atitudes, mantinham sob controle as classes subalternas, manipulando-as e, graças a isto, conservavam o *status quo*.

1) Quando eu falo em **jornalistas**, incluo nesta categoria os profissionais de Imprensa, Rádio e Televisão.

(*) Professor-titular do Dept.^o de Com. Social e Biblioteconomia da U.F.C. Professor-titular da Universidade Estadual do Ceará, Docente Livre pela Univ. Fed. Rural de Pernambuco. Jornalista.

Hoje este poder-hegemonia da transmissão da informação e da opinião — é compartilhado pelos dois outros MCM: (2) o rádio e a televisão. Com o advento, notadamente, do rádio transistor, rompeu-se o mundo gutenberguiano e quebrou-se o isolamento em que viviam as classes subalternas.

Mas os MCM sempre são propriedade dos que, de uma forma ou de outra, mantêm ou procuram manter o poder político, também chamado de aparelho decisório e ou de domínio, nas mãos. Isto aconteceu em relação à Imprensa e acontece, agora, quanto ao rádio e à televisão. Não é coincidência, então, o que tentamos demonstrar: a tendência à concentração dos veículos nas mãos de alguns, ou, seria melhor dizer, nas mãos dos que têm o poder econômico/político.

A força de convencimento, sugestão, persuasão das classes dominantes ganhou espaço, vale dizer, a propagação de sua ideologia ampliou sua faixa de penetração.

As classes subalternas, expressão empregada por José Oscar Beozzo, estão, cada vez mais, sob a influência dos grupos dominantes, os quais continuam com o controle das mensagens emitidas (transmissão da ideologia), proprietários que são dos MCM e senhores do estabelecido.

“Se, do ponto de vista do consumidor da mensagem, rádio e televisão são meios altamente democráticos, pois emitem sua mensagem indistintamente a toda a população; se do ponto de vista do custo, uma vez adquiridos os aparelhos receptores, este tende a ser mínimo, o mesmo não se pode dizer da produção da mensagem. A estrutura de produção de meios tão democratizantes tende a ser cada vez mais monopolística devido ao seu alto custo e devido ao imenso poder social e político que concentra nas mãos de seus possuidores,” diz José Oscar Beozzo. (3)

O professor José Marques de Melo elaborou significativo trabalho sobre o tema: “conglomerados de comunicação no Brasil”, cuja linha eu tomo em relação ao Ceará.

Explica José Marques de Melo que este fenômeno — “concentração de veículos” tornou-se expressivo a partir da concessão de canais radiofônicos, cuja distribuição pelo Esta-

2) MCM ou meios de comunicação de massa.

3) José Oscar Beozzo, “A comunicação das classes subalternas na História do Brasil”.

do privilegiou, de certo modo, as empresas que já trabalhavam no setor da comunicação. Foram os donos de jornais, em parte pela disponibilidade de recursos industriais afins (equipes de profissionais, serviços informativos, experiência jornalística) e em parte pela própria influência política, alguns dos contemplados com as outorgas de emissoras para a sua exploração comercial.” (4)

Antes do estudo deste fenômeno no Ceará, urge demonstrar: 1 — o papel dos MCM como transmissores de informação e opinião; 2 — a transmissão da ideologia dominante pelos MCM; 3 — o controle dos MCM pelas classes dominantes e ou por grupos em busca do poder político.

2. *Papel dos MCM como instrumento de informação e de opinião.*

É indiscutível o papel dos MCM como instrumento de informação e de opinião. Produtores e emissores da notícia, alimentadores da curiosidade do ser humano, os MCM são, por isto mesmo, objeto da cobiça e da propriedade daqueles que, de uma forma ou de outra, procuram atender a essa necessidade humana (desejo de conhecer), ao mesmo tempo em que, por esta via, tentam formar a opinião pública e, conseqüentemente, conduzi-la.

Os MCM têm, teoricamente falando e no meu entender, duas faces distintas:

- a) reprodutoras do estabelecido e
- b) produtoras de “nova ordem”.

Dentre os subsistemas sociais a comunicação — que tem nos MCM o seu grande suporte — é de importância capital para a manutenção ou transformação do sistema social no qual está inserido. Os possuidores (proprietários, donos, controladores) dos MCM usam seus veículos para manter o estabelecido ou para alterá-lo. Noutras palavras, se servem dos MCM para a transmissão da ideologia de permanência do *status quo* ou da ideologia da transformação.

Diz Ciro Juvenal R. Marcondes Filho que “o domínio ideológico está intrinsecamente ligado com o domínio dos

4) José Marques de Melo, “Conglomerados de comunicação no Brasil”.

meios de comunicação” (5), e é por intermédio dos MCM que atitudes podem ser ratificadas ou alteradas. Atitudes de mera expectativa, aspiração ou efetiva atuação, até violenta, no sentido de manter ou mudar a estrutura e a organização do sistema, a partir da opinião dos indivíduos membros dos seus diversos subsistemas. No caso, a comunicação, como subsistema, procura a adesão dos outros à sua ideologia. Como a comunicação também faz parte do subsistema econômico, que por sua vez é quase sempre subsistema político (classe dominante), é no seu seio que é produzida a notícia (informação e opinião) da ideologia dominante.

Marx e Engels dizem textualmente: “os pensamentos da classe dominante são também, em todas as épocas, os pensamentos dominantes, ou seja, a classe que tem o poder material dominante numa dada sociedade é também a potência dominante espiritual.” (6)

A classe dominante usa, então, todos os meios a seu dispor para inculcar a sua ideologia no todo social.

E os MCM são, sem dúvida, instrumentos fundamentais nesta tarefa de ideologização do estabelecido. É verdade que em toda sociedade há grupos ou mesmo subsistemas desejosos de mudar o *status quo*, valendo dizer que outras ideologias procuram também conquistar espaços no sistema social.

No caso dos MCM brasileiros em geral, e cearenses em particular, o seu controle está com os econômica e politicamente dominantes, como tentaremos demonstrar.

Dizia que os MCM têm, teoricamente falando e no meu entender, duas faces distintas:

A) *Reprodutoras do estabelecido* — como reprodutores do estabelecido, os MCM passam, através das mensagens, da consciência do dominador à consciência do público, os seus valores. Os MCM são, aí, mediadores entre a ideologia dominante (via grupos proprietários) e o público, usando, para isto, símbolos conhecidos e fazendo apelos a ideais, sentimentos, emoções e até ameaças e pressões.

B) *Produtores de nova ordem* — como produtores de nova ordem, os MCM procuram desmascarar as contradições, desmitificar os valores vigentes, denunciar o estabelecido e apresentar outro quadro para a sociedade. O que se passa,

5) Ciro Juvenal R. Marcondes Filho, “Sistema de responsabilidade social”.

6) Marx e Engels, “A Ideologia alemã”.

num fenômeno como no outro, é o reflexo da visão do mundo dos que detêm os MCM sobre o público:

1) *Visão conservadora* ou reprodutora da ideologia dominante, aproveitadora da situação ou

2) *visão geradora* ou projetista de nova realidade.

De qualquer forma, visão do mundo. Visão do mundo que compreende a tridimensionalidade do tempo: passado, presente e futuro.

2.1) *Na visão conservadora* o passado se explica por si; o presente se justifica no passado e o futuro se sustenta no presente e é a sua projeção. Há, nessa visão, o sentido mítico da realidade — tudo se assenta no ontem, de resultado satisfatório para os que dele se aproveitam ou de sentido imutável, para os que nele existem.

Nessa ótica a ideologia se serve do mito como meio de dominação. A ideologia é então, nesta linha, dominante e dissimuladora da realidade. (7)

2.2) *Na visão geradora*, ao contrário, o mito não é sustentáculo, sustentação e justificativa do estabelecido: é desestruturado e invalidado, apresentado como um modelo transcendentalista, responsabilizado pela estagnação da realidade.

Os MCM, ao transmitirem a informação, o lazer e a opinião, podem ser instrumento das classes dominantes — apreçoando e reproduzindo seus mitos, como podem, também, lançar novas idéias e caminhos para o homem e a sociedade.

3) *Transmissão da ideologia dominante pelos MCM* — os MCM, amorais por natureza, não têm a finalidade de seu produto (ou notícia), na sua essência, isto é, não são reprodutores nem produtores de ideologias em si: eles são simplesmente meios, veículos, instrumentos. O produto dos MCM (notícia) é que pode conduzir a ideologia, dominante ou a dominar. Como os MCM são propriedade das classes dominantes, têm eles servido à reprodução da ideologia dominante. Noutras palavras: os MCM são transmissores ou reprodutores da ideologia dominante porque estão nas mãos dos que mantêm a dominação econômica e ou política.

7) Adisa Sá — “A ideologia mítica do Nordeste e a Imprensa” onde desenvolvo o tema em relação ao Ceará.

4) O controle dos meios de comunicação de massa pelas classes dominantes. Por estarem sob o controle das classes dominantes, econômica ou politicamente falando, os MCM são transmissores do estabelecido, ou seja, da ideologia também dominante.

4.1. No Brasil

A *Imprensa no Brasil*, já no seu aparecimento, trazia o sintonete do controle, primeiramente oficial, depois particular. Portugal, seguindo a linha da dominação, trazia a colônia "fechada à cultura", na expressão de Moreira de Azevedo.

"Não convinha a Portugal que houvesse civilização no Brasil. Desejando colocar essa colônia atada ao seu domínio, não queria arrancá-la das trevas e da ignorância", ainda nas palavras de Moreira de Azevedo.

Só em 1808 o Brasil ganhou a sua Imprensa, nascida, repito, sob o controle de uma junta, responsável pelo exame de "papéis e livros que se mandassem publicar", não imprimindo nada "contra a religião, o governo e os bons costumes". A Imprensa, como vemos, nascia censurada pelo estabelecido, através de subsistemas bem nítidos: o político, a religião, a família...

Há momentos em que alguns segmentos da sociedade tentam quebrar o poder controlador do Estado sobre a Imprensa, criando os seus próprios jornais: há veículos divulgadores de idéias contestatórias aqui e acolá, notadamente nos movimentos da Independência, da Abolição e da República, como há aqueles bajuladores do *status quo*, mas são grupos que buscam uma nova ordem ou a manutenção do estabelecido.

Não é muito diferente o quadro, em nossos dias, acrescidos de novos segmentos envolvidos nos dois modelos.

O *Rádio no Brasil* data de 1923, quando funcionou sua primeira estação, no Rio de Janeiro, na Academia Brasileira de Letras. O caráter inicial do rádio no Brasil foi *educativo*.

Com Getúlio Vargas o rádio foi usado "como *persuasão política*", mantendo o Estado emissoras próprias e instalando um órgão de divulgação e controlador da informação no País. Em seguida o rádio passou a instrumento da *comercialização*, isto é, "o comércio usava o rádio como veículo de expansão de suas fronteiras, sem se preocupar com a programação diária e a difusão de idéias e ideologias. A publicidade (anúncio)

era mais uma entre as informações do rádio”, segundo Lúcio Canella. (8)

Saindo da esfera particular e caindo totalmente no domínio do Estado (o rádio é concessão do Estado), o rádio girou entre as suas tendências originais: rádio educativo ou rádio publicitário. A linha *política* do rádio se restaura atualmente, quando esse MCM vem caindo cada vez mais nas mãos dos detentores do poder político do País.

O sonho de Roquete Pinto, considerado o “pai do rádio brasileiro”, que era o de transformar o rádio no “grande meio de educação das massas”, não se concretizou e o rádio, cedo enriquecido pela tecnologia, saiu do centralismo desejado por Roquete Pinto, para enquadrar-se nas leis da revolução industrial, expandindo-se e posto pelo poder econômico como “meio de manutenção e ampliação do mercado interno, de cuja mecânica participavam, como componentes básicos, a criação de novas necessidades e a transformação destas em desejos coletivos, ingredientes fundamentais na conjugação dos verbos vender e comprar.” (9)

O rádio, preso ao Estado pela concessão e ao capital por seus proprietários, destila a ideologia dominante, serve a interesses bem determinados ou, como diz Carmen Lúcia Matriciano: “os limites dessa faixa de interesses vão desde a política empresarial do veículo de informação — que tenta assegurar a audiência e o lucro correspondentes, até as diretrizes estabelecidas pelos órgãos governamentais, que asseguram a manutenção da ordem e que se apóia o sistema de poder, passando pelos interesses dos anunciantes que garantem a infra-estrutura econômica do veículo.” (10)

Talvez o objetivo principal do rádio, neste enfoque, seja o de mostrar ao público que tudo vai bem, ou, como diz Canella — “politicamente os informadores fazem ver tudo aquilo que possa produzir otimismo como máquina do progresso. Os males acontecem fora do país ou têm um responsável para quem a atenção do público deve ser desviada. Socialmente tudo nos faz crer que ainda vivemos na melhor sociedade, onde, se há conflitos e desajustes, estes são provocados por indivíduos marginalizados ou que o devem ser.” (11)

8) Lúcio Canella, “Comunicação e Ideologia”.

9) Borges Pereira, cit. por Lúcio Canella — “Comunicação e Ideologia”.

10) Carmen Lúcia Matriciano, “Radiojornalismo e Ideologia”

11) Lúcio Canella, op. cit.

A *Televisão* chegou ao Brasil em 1950. Filha do nosso tempo, a televisão está marcada com os sinais da tecnologia, da indústria e do comércio a serviço da ideologia. Pelos custos na instalação de uma emissora de TV e sua manutenção, esse MCM está ao alcance somente dos detentores do poder econômico.

Sob o controle do Estado (a televisão é, como o rádio, concessão do Estado), a televisão, por ser também propriedade de detentores de poder econômico, é quem melhor serve ao estabelecido, é quem, finalmente, mais destila a ideologia dominante. Ligada ao Estado e ao capital, a televisão presta serviço ao Estado e ao capital: não enfrentando nem um, nem outro, pelo contrário, alimentando os dois. "Sua programação está na dependência da publicidade e, automaticamente, dos grupos econômicos, procurando captar as sensações e aspirações da população e tentando conduzi-la ao consumismo e alienação, assim como a uma posição favorável ou quando muito da neutralidade face ao poder vigente", na expressão de Inês Pereira da Luz. (12)

4.2 No Ceará

No Ceará, ontem como hoje, os MCM têm estado nas mãos das classes dominantes, econômica e politicamente falando, retratadas por vários de seus segmentos, desde os partidos políticos à Igreja, do Estado às instituições oficiais.

Uma minoria exerce poder sobre a vasta maioria, assegurando para si a dominação total.

Constatando o poder de dominação e de prestígio que os MCM asseguram aos seus detentores, grupos econômicos e políticos, bem como indivíduos dotados de dinheiro, têm adquirido veículos de comunicação de massa, inclusive no interior do Estado.

Não são apenas as elites das oligarquias que recorrem aos MCM para manter inalterável a situação: indivíduos e grupos, repito, voltam-se para os MCM como fonte de poder, prestígio e até instrumento de pressão junto ao Estado na consecução de seus propósitos e interesses.

A *Imprensa* no Ceará nasceu, também, oficial e sob censura. Como diz G.S. Nobre: "o que caracterizava a atividade da *Imprensa* no Ceará, como de todo o Império, praticamente

12) Inês Pereira da Luz — Da TV-Mulher e a comunicação comunitária.

sem exceção, era o *compromisso partidário*, em vista do qual a matéria de redação, se não se limitava ao debate de assuntos políticos e à troca de insultos entre pessoas integradas em facções opostas, refletia sempre os interesses restritos de um grupo que, às vezes, se identifica com uma família." (13)

"A Imprensa cearense, no período monárquico, foi predominante opinativa" (eu chamaria de "doutrinária"), "servindo para comunicar aos adeptos de uma determinada agremiação política o pensamento dos respectivos dirigentes e para escandalizar, publicamente, os erros e as perseguições, reais ou presumidos, do governo, quando confiado ao outro partido". (14)

Como vemos, a Imprensa aí era instrumento dos políticos, na tentativa de tomada do Governo, não para defender os interesses da comunidade e do Estado.

Até a 1ª Grande Guerra, os jornais cearenses eram, a grosso modo, "folhas políticas". A Imprensa permanecia nas mãos dos políticos e o pessoal das redações era formado por afilhados desses políticos ou indivíduos desejosos de, também, fazerem carreira política.

A 1ª Grande Guerra levou a Imprensa a se interessar pelo noticiário internacional, embora de maneira facciosa, parcial e mutilada.

Com alguns momentos favoráveis ao surgimento de jornais vinculados aos mais diversos segmentos da comunidade (1920/1929), a Imprensa cearense chega ao Estado Novo como *informativa* e nessa linha se mantém, dando ênfase ao noticiário internacional e policial, esse, sem dúvida, cria do Estado Novo, na expressão de Luiz Amaral, no seu livro *Jornalismo — matéria de primeira página*.

Os grandes problemas nacionais e as aspirações populares, bem como as denúncias necessárias sobre os desmandos do Poder do Estado não são objeto da Imprensa. Os problemas imediatos e próximos do Nordeste, do Ceará, não entram em suas páginas.

A queda da ditadura getuliana abre novas perspectivas na Imprensa cearense, inclusive com a criação de jornais de caráter político e jornais classistas retornam, bem como aparecem publicações literárias, estudantis e religiosas.

De 1950 a 1965 a ênfase dada ao noticiário das ocorrências verificadas no interior vai ampliar a circulação dos

13) G.S. Nobre — Introdução à História do Jornalismo Cearense.

14) G.S. Nobre — op. cit.

jornais e levar a Imprensa às populações interioranas. Mas essa penetração não visa à conscientização e defesa dessas populações e sim abrir mercado. O interesse é puramente comercial. Além disso, os chamados correspondentes do interior, na sua quase total maioria, eram comprometidos com o poder ali dominante, ou seja, chefes políticos, coronéis e ocupantes de cargos públicos.

Convém citar que algumas cidades do interior também vinham mantendo suas folhas, como Iguatu — *A Semana*; Aracati — *O Porvir*, *A Estrela*, “feita pela professora Francisca Clotilde, que adquiriu notoriedade em razão do seu interesse pela cultura em geral, sendo, inclusive, homenageada com placa de rua em Fortaleza; em Quixadá, *O Sitiá*, Sobral e Baturité também possuíram seus jornais. (15)

Surgiram e desapareceram jornais nestes últimos anos, como *Unitário*, *Correio do Ceará* (de propriedade de particulares, no caso João Brígido, o mais polêmico dos jornalistas cearenses) e A.C. Mendes, depois comprados pelos Diários Associados e, finalmente, no caso do *Correio do Ceará*, adquirido por grupo econômico liderado por Clodomir Girão Filho, de curta duração sob seu controle. *O Nordeste*, jornal da Arquidiocese. *Meio Dia* — de empresário cearense, também de curta, mas expressiva atuação. Isto sem se falar no *O Democrata* (órgão político, depois propriedade do Partido Comunista), *Diário do Povo*, de Jäder de Carvalho *O Jornal*, o mais moderno que surgiu no Estado, e *Gazeta de Notícias*.

O Rádio no Ceará teve início com a primeira estação, fundada por João Dummar, em 1934, Ceará Rádio Clube, depois incorporada aos Diários e Rádios Associados (1944).

“O título rádio clube especifica bem como foram os inícios da radiodifusão. Grupos de intelectuais e artistas encontravam o grande veículo de difusão de suas obras.” (16)

Lucio Canella, transcreve Borges Pereira, informa que o rádio no seu início foi conduzido por “rapazes pertencentes a famílias tradicionais”, fato que também aconteceu aqui no Ceará.

“O próprio cast era de início formado em grande parte por tais elementos que, cuidadosamente disfarçados sob pseu-

15) João Vianney Campos de Mesquita, “Sobre a História do Jornalismo Cearense”.

16) Lucio Canella, in op. cit.

dônimos, exibiam seus pendores e suas qualidades artísticas sem outras pretensões profissionais." (17)

Seguindo a Ceará Rádio Clube, veio, em 1948, a Rádio Itacema; Rádio Uirapuru, em 1956; Rádio Dragão do Mar, em 1958; Rádio Verdes Mares (inicialmente dos Diários e Rádios Associados, depois vendida ao Grupo Édson Queiroz, a quem ainda hoje pertence); Rádio Assunção Cearense, da Arquidiocese, vendida depois a particulares, sendo hoje propriedade do radialista Moésio Loiola; AM O Povo, do grupo Albânia Sarasate; FM O Povo; FM Verdes Mares e, finalmente, Rádio Universitária (FM), 1982, da Universidade Federal do Ceará. Estou me referindo à capital.

A *Televisão* no Ceará teve início com a instalação, pelos Associados, do Canal 2, não mais existindo, sendo concedida à TV Manchete, ainda sem funcionamento.

A *Televisão Verdes Mares*, do grupo Édson Queiroz, veio em 1971, ligada à TV Globo. O Canal 8, fundado por José Pessoa de Araújo, foi comprado pelo grupo Patriolino Ribeiro. Finalmente, em 1974, o Governo do Estado instala a TV Educativa (1974).

CONGLOMERADOS

No Ceará, como aconteceu nos demais Estados brasileiros, Rádio e Televisão foram concedidos pela União a empresários de Imprensa no que se refere a Capital: Rádio Verdes Mares (Diários Associados), Assunção Cearense (Arcebispadado, que tinha o jornal *O Nordeste*, AM/FM O Povo (de propriedade do grupo que mantém *O Povo*). Para empresários: Ceará Rádio Clube (João Dummar), Rádio Uirapuru (José Pessoa de Araújo), Rádio Dragão do Mar (PSD, na pessoa de Moisés Pimentel, hoje deputado federal pelo PMDB).

Quanto à televisão, o fenômeno foi o mesmo: Canal 2 (Diários e Rádios Associados), TV Verdes Mares (Édson Queiroz, industrial que mantinha sociedade com José Afonso Sancho, dono de *Tribuna do Ceará*), Canal 8 (antiga Uirapuru, de José Pessoa de Araújo, homem de rádio e também de jornal, pois foi proprietário de *Gazeta de Notícias*) e TV Educativa, do Governo do Estado.

Vejamos, agora, um quadro demonstrativo daquilo que procuro demonstrar, ou seja, que os MCM estão nas mãos

17) Borges Pereira, cit. por Lucio Canella, in op. cit.

dos que detêm o poder econômico e político no Ceará e, conseqüentemente, conduzem a opinião pública do Estado.

1 — *Grupo Édson Queiroz* (4 empresas: 01 jornal, 01 TV; 02 emissoras de rádio):

Rádio AM (1956); FM Verdes Mares (1976); TV Verdes Mares (1971); *Diário do Nordeste* (1981).

Édson Queiroz era associado a José Afonso Sancho, de *Tribuna do Ceará*. Os herdeiros de Édson Queiroz mantêm as empresas jornalísticas. O grupo possui negócios, que vão desde a fabricação de fogões, venda de gás liquefeito, a fazendas.

2 — *Grupo Albanisa Sarasate* (03 empresas: 01 jornal; 02 rádios).

O Povo (1928), de oposição, com o fundador Demócrito Rocha. Politicamente ligado à UDN, com Paulo Sarasate. De cunho comunitário, mas de raízes governistas. O grupo é exclusivamente da área da comunicação, valendo salientar, por curiosidade, que Demócrito, Carmen Lúcia e Albanisa Lúcia Rocha Dummar, da alta administração do grupo, são netos de Demócrito Rocha e filhos de João Dummar, respectivamente fundador de *O Povo* e pioneiro na radiodifusão cearense; rádios AM e FM o Povo.

3 — *Grupo César Cals* (8 empresas: 1 jornal e 7 rádios)

Folha do Ceará (1970, semanário)

Rádio Dragão do Mar (Fortaleza, 1958)

Rádio Vale do Curu (Pentecoste, com o deputado federal Gomes da Silva)

Rádio Cultura (Aracati), 1980, com o ex-deputado Ernesto Gurgel Valente, da Assessoria do Ministério de Minas e Energia)

Rádio Salamanca (Barbalha, 1976, com o deputado federal Mauro Sampaio)

Rádio Maciço de Baturité (Baturité, 1980)

Rádio Vale do Cariri (Juazeiro do Norte, com o deputado federal Mauro Sampaio)

Rádio Cultura dos Inhamuns (Tauá, 1980, com o deputado estadual Júlio Rego).

César Cals foi Governador do Estado. Senador indireto. Ministro de Minas e Energia (PDS).

4 — *Grupo Virgílio Távora* (14 empresas: 01 jornal, 13 rádios)

Tribuna do Ceará (1953, de José Afonso Sancho, banqueiro, industrial, suplente de senador de Virgílio Távora)

Rádio Rio das Garças (1981, com o Pe. Aristides Sales, Acaraú)

Rádio Uirapuru (Canindé, 1979, com o deputado federal Aécio de Borba, industrial, ex-Secretário de Planejamento do Governo Virgílio Távora)

Rádio Litoral (1981, Cascavel)

Rádio Poty (Crateús, com o deputado federal Hildo Furtado Leite, e seu genro, deputado estadual Antonio dos Santos)

Rádio União (Camucim, com o deputado estadual Murilo Aguiar)

Rádio Vale do Jaguaribe (1956, Limoeiro, com Manoel de Castro, ex-vice-governador de Virgílio Távora)

Rádio Uirapuru (1980, Morada Nova, com Noel Castro)

Rádio Progresso (1977, Russas, cujo Prefeito é de sua liderança)

Rádio Planalto da Ibiapaba (São Benedito, 1978, de Tomás Brandão, suplente de deputado estadual)

Rádio Cultura (Várzea Alegre, 1978)

Rádio Cidade (Sobral, 1952)

Rádio Santana (Tianguá, 1980)

Rádio Uirapuru (Quixadá — de José Baquit, ex-prefeito).

Virgílio Távora, governador por duas vezes do Ceará, Senador (PDS).

5 — *Grupo Adauto Bezerra* (8 empresas: 8 rádios)

Rádio Iracema (Fortaleza, 1948, cujo diretor é José Júlio Cavalcante)

Rádio Pinto Martins (Camucim, 1981, com o deputado estadual Fonseca Coelho)

Rádio Educadora Jaguaribana (Limoeiro do Norte, 1962)

Rádio Iracema (Iguatu, 1962)
Rádio Iracema (Juazeiro do Norte, 1951)
Rádio Progresso (Juazeiro, 1967)
Rádio Tupinambá (Sobral)
Rádio Sertão Central (Senador Pompeu, com o deputado estadual Fonseca Coelho).

Adauto Bezerra, industrial, banqueiro, empresário, político, ex-deputado estadual e federal, ex-Governador do Estado e atualmente vice Governador. (PDS)

6 — *Grupo José Pessoa de Araújo* (2 empresas: 2 rádios)

Rádio Uirapuru (Fortaleza, 1956)
Rádio Uirapuru Itapipoca.

José Pessoa de Araújo, empresário, candidato a deputado federal, foi ligado a Virgílio Távora, e agora pende para a ala Adauto Bezerra.

7 — *Grupo Patriolino Ribeiro* (3 empresas: 2 rádios e 1 TV)

TV Cidade (1978, ex-Uirapuru, Canal 8)
Rádio Araripe (Crato, 1946, antes dos Diários Associados, a mais antiga emissora do Ceará)
Rádio Cidade (Fortaleza, ex-Iracema de Maranguape).

O Grupo Patriolino Ribeiro mantém negócios na área de comércio e incorporação de imóveis. Situacionista.

8 — *Governo do Estado* (2 empresas: 1 jornal; 1 TV)
Diário Oficial
TV Canal 5 (1974).

9 — *Universidade Federal do Ceará* (3 empresas: 1 TV; 1 rádio; 1 jornal)

Rádio Universitária FM (1981)
UFC Jornal (1970)
Circuito interno de televisão

(sem se falar na Imprensa Universitária, como Editora e mais boletins, revistas. . .)

10 — *Igreja Católica* (6 empresas: 4 jornais e 2 rádios)

A Fortaleza (1950), direção de Luís Sucupira, órgão da Federação dos Círculos Operários do Ceará, Fortaleza.

A Ação (Crato, jornal Pe. Gonçalo Farias Filho)

A Verdade (Baturité, 1917, de Miguel Eddy Távora Arruda, continuador do Comendador Ananias Arruda)

Coreio da Semana (Sobral, 1918, Cônego Egberto de Andrade)

Rádio Educadora do Cariri (Crato, 1959, Pe. Gonçalo Farias Filho)

Rádio Educadora do Nordeste (Sobral, 1958, Cônego Egberto Rodrigues Andrade).

11 — *Demais empresas* (5 rádios e 2 jornais)

O Estado (Fortaleza, jornal, única empresa de Venelouis Xavier Pereira, sem vinculação político-partidária.)

Ceará Rádio Clube ("Associada", 1934, a mais antiga do Ceará (prefixo PRE-9), superintendente Manoel Eduardo Pinheiro Campos, ex-Secretário de Cultura do Governo Virgílio Távora.

Rádio Assunção Cearense (Fortaleza, 1962, ex-empresa da Arquidiocese, hoje de Moésio Loiola, radialista. De cunho comercial)

Correio de Russas (1914, de Ana Matoso de Lima. Liberal/comercial)

Rádio Educadora (1926, Crateús, de Expedito Machado, ex-Ministro de Viação, do Governo João Goulart, ex-deputado federal e estadual, empresário, industrial. Oposicionista, do PMDB)

Rádio Vale do Salgado (1979), Lavras da Mangabeira, Miguel Vasconcelos de Arruda)

Rádio Difusora Cristal (Quixeramobim, 1969, Felson Câmara, comercial).

5. CONCLUSÃO

Da análise da situação dos MCM do Ceará chega-se à conclusão de que a dependência ideológica em que vive a população cearense exige uma reflexão maior da parte de intelectuais, professores, jornalistas e segmentos outros da comunidade, como sacerdotes, políticos e empresários progressistas.

A certeza que se tem do controle da informação e da opinião através dos MCM está a exigir alternativas, inclusive a instalação de órgãos da Imprensa voltados para a produção de uma nova ordem informativa e social, bem como a formação de futuros comunicadores engajados no compromisso com as causas populares.

Assim como se luta contra o colonialismo externo — comercial e cultural, imposto pelos chamados países do primeiro mundo, é necessário enfrentar-se a dependência interna. Dependência interna consubstanciada no controle dos MCM por grupos econômicos e políticos, como tentei mostrar. (18)

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELTRÁN, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles; comunicações horizontais. **Comunicação e Sociedade**, São Paulo, Cortez Editora, 1981.
- BEOZZO, José Oscar. A Comunicação nas classes subalternas na história do Brasil. In: **Comunicação e Ideologia**. São Paulo, Edições Loyola, 1980.
- CANELLA, Lúcio. Rádio e ideologia. In: **Comunicação e ideologia**. São Paulo, Edições Loyola, 1980.
- CARVALHO, Cid. O Rádio Cearense. **Rev. Com. Social**, Fortaleza, Imprensa Universitária, 9 (1/2): 196, 1979.
- GARCIA, Nelson Jahr. Propaganda ideológica: base para um modelo de análise. **Comunicações e Artes**, São Paulo, 7: 205, 1977.

18) No Ceará contemporâneo algumas experiências alternativas têm sido tentadas salientando-se — o jornal **Mutirão**, de existência rica, embora curta; mais recentemente, **O Popular Democrático**, também de existência efêmera.

No campo cultural é preciso citar-se o **Nação Cariry**, em plena circulação e com uma postura política de qualidade.

Agradecimento ao jornalista Antonio Viana, a quem devo colaboração significativa, sem a qual seria difícil materializar este trabalho.

- LUZ, Inês Pereira da. TV-Mulher e a comunicação comunitária. In: **Ideologia, cultura e comunicação no Brasil**. São Paulo, Instituto Metodista de Ensino Superior.
- MARCONDES F.º, Ciro Juvenal H. et alii. Sistema de responsabilidade social. In: **O Controle dos meios de comunicação**. São Paulo, Universidade de São Paulo, 1970. (mimeografado)
- MARX, Karl & ENGELS. A Ideologia alemã. In: **Antologia filosófica**. Lisboa, Ed. Estampa, 1971.
- MATRICIANO, Carmen Lúcia. Radiojornalismo e ideologia. In: **Comunicação 4**. Rio de Janeiro, Vozes, 1978. 78p.
- MELO, José Marques de. Conglomerados de comunicação no Brasil. **Rev. Com. Social**, Fortaleza, Imprensa Universitária, **11** (1): 134, 1971.
- MOREIRA, Roberto S. C. **Teoria da comunicação: ideologia e utopia**. Petrópolis, Vozes, 1979. 110p.
- MESQUITA, João Vianney Campos de. Sobre a história do jornalismo cearense. **Rev. Com. Social**, Fortaleza, Imprensa Universitária, **9** (1/2): 136, 1979.
- NEOTTI, Clarêncio (coord.) **Comunicação e ideologia**. São Paulo, Edições Loyola, 1980. 245p.
- NOBRE, G. S. Introdução à história do jornalismo cearense. Fortaleza, Gráfica Editorial Cearense, 1975. 167p.
- SÁ, Adísia. A Ideologia mítica do Nordeste. **Rev. Com. Social**, Fortaleza, Imprensa Universitária, **8** (1/2) 1978.
- SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 2.^a ed. Rio de Janeiro, Edições do Graal, 1977, 583 p.