

# IMPrensa NO CEARÁ – SITUAÇÃO ATUAL

Gilmar de Carvalho

Professor de Jornalismo no Departamento de Comunicação Social e Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará (Fortaleza – CE).

## 1. Introdução

Falar na situação atual da imprensa cearense implica em retroceder no tempo para uma visão geral de seu quadro histórico.

A imprensa cearense tem uma tradição libertária. Ela veio como instrumento da propagação das idéias da Confederação do Equador, o movimento separatista responsável por páginas de heroísmo no Primeiro Reinado.

O Governo de Pernambuco, ao despachar para o Ceará o equipamento gráfico a bordo da nau “Maria Zeferina”, buscava encontrar, através da mídia imprensa, o indispensável apoio a seus ideais.

Com a imprensa, o Ceará ganhou uma de suas lendas, o Padre Mororó, editor do *Diário do Governo do Ceará*, morto em 1825 no Passeio Público. Era o batismo de sangue deste instrumento das manifestações de idéias entre nós.

A verdade é que a imprensa cearense conservou, durante muito tempo, este traço de rebeldia, contestação, inquietude.

Os jornais se organizavam e deixavam de circular com muita facilidade. Eram muito circunstanciais. Atingido o objetivo proposto, que podia ser político ou difamatório, pornográfico ou comercial, não fazia muito sentido mantê-lo vivo.

A falta de um público maior e os anseios da elite intelectual em formação de se manifestar, também se reflete nos movimentos literários, de

que a Padaria Espiritual, com seu jornal *O Pão*, é o exemplo mais perfeito e acabado, o mais significativo.

Esta tradição libertária pontifica no final do século na imprensa abolicionista. Neste sentido, o jornal *O Libertador* foi decisivo na eclosão da abolição dos escravos no Ceará. Pelo que representou como apoio à propaganda dos ideais de libertação dos cativos.

Embora ligados a partidos e defendendo, enfaticamente, programas e ideais, a imprensa cearense pode ser considerada democrática pela diversidade de opiniões manifestadas, pela pluralidade de posições assumidas, pela atuação voltada para várias questões da maior importância.

Outro ponto a considerar é a pulverização de publicações por todo o Ceará, quando se fazia menos notar a centralização excessiva que Fortaleza passou a exercer a partir do início deste século.

O Barão de Studart, historiador da imprensa cearense, conseguiu arrolar cerca de 1.435 títulos de publicações editadas no Ceará, de 1824 a 1924. Jornais, pasquins, panfletos eram uma forma de atividade e manifestações dessa época. As dificuldades de organizar uma empresa jornalística, vigentes hoje, não se faziam sentir.

Este mergulho no passado serve de balizamento para o que vai ser dito depois. O importante a ser registrado, além de ser um elemento provocativo, pela contundência de seu discurso e pela coerência entre vida e trabalho dos jornalistas, é que a imprensa não sofria concorrência de meios de comunicação de massa. Hoje, ela sofre restrições e se confina a uma faixa de formação da opinião pública, com caráter documental e sem o comando do espetáculo, decididamente transferido para outros veículos da chamada indústria cultural.

## 2. O que é o Ceará?

Não vale dizer que é um Estado brasileiro, com 148.000 km<sup>2</sup> de área, situado no Nordeste, com 5.000.000 de habitantes, integrante do chamado Polígono das Secas e tendo Fortaleza como capital.

Convém definir o aqui, conceituar a base física de nossa análise e sua transcendência, a extrapolação de um conceito além do que consta dos almanaques ou números de recenseamento.

O Ceará é uma antiga capitania hereditária desprezada por seu donatário. Situado a meio caminho entre Pernambuco e Maranhão, o Siará Grande não despertava maiores cobiças. Os historiadores atribuem a fundação do núcleo habitacional que hoje é Fortaleza, à necessidade de uma escala para os navios que interligavam as duas capitanias.

Importante ressaltar a dificuldade de acesso a Fortaleza, sem um porto natural e com dunas movediças transformando o desembarque numa aventura sem precedentes, do que se deduz do testemunho de

viajantes e brasilianistas de então, como Koster, Agassiz e L'Allemand.

O Ceará castigado por secas registradas a partir de 1692 e marcado por condições climáticas adversas, onde sempre foi difícil desenvolver uma economia saudável e resistente a estes efeitos catastróficos.

Um Ceará com uma imagem clichê de mão estendida à mercê de atitudes paternalistas do poder central. Mas, paradoxalmente, terra de uma gente valorosa, decidida, dispostas a conviver com estas intempéries, apesar do êxodo que leva contingentes em busca de míticos eldorados. Um Ceará carente, sem um mercado definido, cheio de contrastes e de esperanças.

Um Ceará com um povo hábil, capaz de desenvolver prelos de madeira, em períodos de censura férrea, como o que imprimiu em 1850 o jornal *Juiz do Povo*, do folclórico Padre Verdeixa. Ou onde as mulheres assumiam as rédeas desta atividade quando os homens eram recrutados como forma de revide ou punição, para a prestação do serviço militar, o que aconteceu em 1853, com o jornal *O Commercial*.

Um Ceará onde se desenrolaram episódios marcantes da história do Brasil e que deu sua contribuição à formação e consolidação nacionais.

### 3. O Ceará atual

O quadro político não se configura dos mais animadores. As mudanças se fazem muito lentamente. Ainda agora existem resquícios fortes do sistema oligárquico reinante na República Velha.

Os currais eleitorais ainda contribuem para a eleição de candidatos sem compromisso ou ligações populares, uma atitude controvertida em pleno apogeu da comunicação de massa e do papel que representam como instrumento de transformação ou renovação social.

Sob o ponto de vista econômico, a situação crítica convive com uma certa modernização imposta por uma industrialização que, se fracassou em determinadas áreas, pode ser considerada bem-sucedida no campo das confecções.

O subemprego é uma realidade. A marginalização do processo produtivo implica num aviltamento do poder de consumo e, por conseguinte, uma exclusão da participação no processo político. O papel da imprensa neste contexto é o de refletir este quadro. Neste ponto ela se apresenta com todas as limitações de quem integra uma estrutura de poder, sendo controlada pelos grupos econômicos que, em última instância, ditam o que vai ser publicado, retirando o foco de uma abordagem mais atrelado ao Ceará real, dentro de um Brasil real, com todas as distorções possíveis e necessárias.

O Ceará atual padece de todas as mazelas ditadas por uma conjun-

tura brasileira que é rescaldo de velho autoritarismo, reforçado nos últimos vinte anos. Neste ínterim, perdemos o jeito de discutir, nos habituamos ao monocórdio do discurso ditatorial, convivemos com as várias formas de censura, mas ampliamos nosso espaço e desempenhamos dentro dos limites impostos pelas empresas, uma atividade responsável e coerente com este tempo presente.

O Ceará atual reclama uma participação maior, impõe uma necessidade de repensar os rumos e perspectivas futuras e tudo isso tem encontrado eco numa imprensa atenta o bastante para não perder o bonde da história, exercitando uma atividade compatível com a necessidade de ter audiência, faturar, ter prestígio, exercer pressão.

O Ceará atual é o da convivência de vários níveis em que se exerce a atividade da comunicação. Os modernos parques gráficos da capital convivem com os prelos manuais das pequenas tipografias. A fotocomposição não aposentou a composição manual das folheterias de cordel. A seleção de cores e impressão em policromia não exclui os clichês. A tevê em cores disputa espaço e público com os alto-falantes das feiras. As rádios se interiorizam enquanto as FMs ditam uma linguagem e formas de comportamento de acordo com referenciais mais cosmopolitas. O novo e o velho não se contraopõem, mas possibilitando que as verbas e os meios se encaixem a serviço de um maior número, num mercado não de todo regulamentado e que ainda dá margem a muitas transgressões e também ao exercício mais livre de uma criatividade em todos os campos.

#### **4. O Curso de Comunicação como Instrumento de Renovação**

A semente dos Cursos Livres de Jornalismo resultou num movimento de pressão e luta para a instalação de um Curso de Jornalismo a nível universitário.

Ao mercado já não deveria ser mais interessante a promoção dos focas, com todo o processo que esta improvisação de profissionais significava. O impulso que a atividade jornalística ganhava como empresa exigia um pessoal já preparado para enfrentar o batente sem transições, graduações ou estágios probatórios.

No plano nacional este anseio e este movimento coincidiram com a tão esperada regulamentação da profissão, resguardando direitos adquiridos, fixando prazos para registros, mas fechando ou afunilando o exercício do jornalismo para os saídos dos quadros formados pelas Universidades.

Ainda hoje esta questão gera controvérsias, o antagonismo entre os profissionais de escola versus os jornalistas das redações é alimentado e o assunto é periodicamente retomado, sempre dentro de um enfoque preconceituoso, rançoso e desfavorável aos Cursos de Comunicações.

Pode-se falar na entrada em cena desses profissionais, no final de 1969, como o de uma fase contemporânea e madura do jornalismo cearense.

Também aqui a assimilação dos novos jornalistas não se deu tão facilmente, sem conflitos e traumas. Intensa e mesquinha campanha foi desenvolvida por alguns jornais, de descrédito a esses novos profissionais que ofereciam ao mercado mais que uma pena, uma "cabeça" formada em quatro anos de discussões, leituras, exercício.

É fácil falar mal da qualidade dos Cursos de Comunicação, da falta de equipamento, do despreparo do pessoal que eles formam. Impossível é não compreender tudo isso dentro de um contexto de crise da Universidade brasileira, por sua vez encaixada na crise do País como um todo.

É utópica a visão de um curso ideal dentro de uma estrutura comprometida por uma conjuntura desalentadora.

Apesar das resistências conservadoras, os bacharéis chancelados pela Universidade Federal do Ceará disseram a que tinham vindo nas redações dos jornais, no rádio e telejornalismo, nas outras atividades a que o caráter então polivalente do Curso possibilitava o acesso.

Pode-se falar, a partir daí, numa guinada da imprensa cearense. Um movimento lento, imperceptível de início, mas irreversível com tudo o que representou de novo.

Hoje, quinze anos depois, os egressos do Curso de Comunicação são maioria nas redações e chegam até mesmo a presidir o Sindicato da categoria.

Nem tudo é novo. Muitos vícios persistem. Lugares-comuns ainda são usados, o recurso da assessoria retira muito da liberdade de crítica e atrela o profissional a um discurso de defesa ou de não ataque aos que complementam sua renda mensal, o piso salarial é considerado aviltante para quem desempenha um papel tão decisivo numa época marcada pela revolução das tecnologias e novas conquistas no campo das comunicações.

Mas é preciso muita má vontade para não perceber a contribuição do Curso de Comunicação Social a um desempenho científico, profissional e ético da imprensa cearense pós-69.

## 5. Da boêmia ao Profissionalismo, um Longo e Difícil Caminho

Querendo definir em poucas palavras o quadro atual da imprensa cearense, podemos falar num jornal organizado como empresa e no fim de um jornalismo boêmio, de contribuição tão pessoal e curiosa à história da nossa imprensa.

Antes se fazia uma imprensa coerente com a própria estrutura da cidade, o nível de organização das relações pessoais e uma concepção muito romântica da atividade profissional.

Tudo girava em torno do centro da cidade que concentrava os tocos do Poder. As redações ficavam na Rua Senador Pompeu, a poucas quadras do Palácio da Luz, sede do Executivo, da Assembléia Legislativa e do Tribunal de Justiça.

A facilidade com que a pauta era cumprida era proporcional ao amor que era devotado ao trabalho. Entre um copo de cerveja e outro nos cafés de uma Fortaleza que não existe mais, muita coisa aconteceu, muito se conspirou, muito se fofocou.

O jornalista era um pequeno herói entrincheirado diante de uma máquina e uma figura rica de peripécias, num anedotário onde fica difícil separar a verdade da ficção.

Vivemos tempos mais profissionais. Os grandes talentos individuais se diluem num todo de trabalho de equipe. Esta pode ter sido também uma das grandes lições aprendidas nos bancos da Universidade.

Contesta-se o quixotismo e o egoísmo do brilho isolado. Um jornal é tão melhor e mais digno quanto mais valorosa e competente a equipe que ele emprega.

O crescimento da cidade forçou a uma realocização das redações. Elas necessitavam de espaço, se sofisticavam, exigiam estacionamentos.

A primeira estação de tevê inaugurada em 1960 (TV Ceará, dos Diários Associados) comandou uma expansão da cidade no sentido da ocupação dos coqueirais da Estância.

O Governo do Estado fugiu do povo e do centro dos acontecimentos estabelecendo-se na Aldeota, com a pompa e circunstância de um projeto de Sérgio Bernardes que não tem nada a ver com nossa realidade e não tira partido do sol, dos ventos, do nosso jeito de ser e de viver. A Assembléia Legislativa fez o mesmo. O Judiciário continua no decadente e congestionado centro da cidade, refletindo a morosidade com que se movimenta ou aceita mudanças.

Muita coisa mudou. A empresa é pragmática. A velha chama do ideal foi aposentada em função do lucro. O jornal precisa ser rentável, daí a grande importância do Departamento Comercial e sua interferência no editorial.

Impossível alguém isolado ser herói ou se apresentar como tal. A categoria, sim, é o que vale. Ela que suportou com dignidade os anos duros da repressão. Ela que tenta fazer um jornalismo digno, apesar de correr em estreita faixa fixada pela legislação, pelas conveniências patronais e sob a égide do ordenamento ético.

O conceito de furo foi revisado em função da mídia eletrônica e da instantaneidade com que ela leva ao ar o fato em questão. As velhas vaidades tiveram de ser recicladas em função de interesses mais gerais. Se o artista é a antena da raça, o jornalista é o porta-voz profissional dos anseios mais gerais.

A desmitificação da autoridade coincidiu com os filtros que o

autoritarismo colocou entre elas, o povo e os jornalistas. Outros profissionais assumiram este papel de biombo nas assessorias de imprensa. A declaração contundente é sempre amaciada pelo *release*.

O novo batente já não permite, como antes, a cerveja entre uma e outra matéria. As novas redações, assépticas, projetadas especialmente para esta função, com um *lay-out* contemporâneo e a frieza de uma linha de montagem não dá margem a sonhos, fugas ou saídas pessoais. A empresa cobra produtividade. O novo profissional se organiza para melhor trabalhar, se disciplina para fazer o tempo render e desempenhar outras tarefas em busca de uma complementação salarial.

Tendo perdido em calor humano e na prevalência das relações personalizadas, a categoria ganhou em senso crítico, em desenvoltura, em prestígio, por paradoxal que possa parecer esta afirmativa.

## 6. O Sonho Alternativo

Coube um papel importante à imprensa pós-64 no sentido de pressionar contra o autoritarismo e de formar a opinião pública, para que ela pudesse se mobilizar e se organizar, tal como aconteceu.

Nossos jornais, de certa forma, se omitiram na fase mais dura da repressão. As relações de pessoas e assuntos proibidos, os intermináveis telefonemas às redações, as sugestões e reprimendas, os convites para que jornalistas comparecessem à polícia política para justificativas e desculpas virou praxe também entre nós.

Não que a categoria tenha se omitido diante desse quadro cerceador da liberdade de expressão, mas os jornais enquanto empresa não tomaram atitudes mais severas de oposição a esse quadro. Nem mesmo o recurso a citações de Camões ou a transcrição de receitas culinárias, expedientes da grande imprensa nacional para registrar a censura, foram cogitados entre nós como modelo a ser adaptado às condições locais.

Os jornais chegavam ao máximo de apoio ao profissional envolvido e enquadrado, mas eles como um todo não ousaram contrariar o *status quo* vigente.

Uma análise da concentração dos veículos nas mãos de grupos empresariais fortes e de correntes políticas do sistema ajuda a compreender aquela atitude de resignação e apoio, ou pelo menos de silêncio, diante da exacerbação da censura.

Nosso sonho alternativo veio com *O Mutirão*, em 1976. Se não chegou a ameaçar nossa chamada "grande imprensa" em termos de vendagem, destacou-se por ser ruidoso e provocativo.

Era gostoso ler em suas páginas o que nem de longe poderia ocupar espaços nos outros jornais.

*Mutirão* sofreu o boicote sistemático dos anunciantes. Era cair

em desgraça perante as autoridades, o que não passa pela cabeça de nosso empresário mal acostumado a benesses e a frequentar gabinetes palacianos.

Também não passava ou não deveria passar pela cabeça do “nânico” abrir mão de suas posições para conseguir um suporte comercial. A venda pouco significativa não dava para manter o jornal em circulação. Era preciso muita determinação para que ele continuasse vivo.

Outra situação difícil enfrentada pelo alternativo cearense foi a recusa das gráficas em imprimí-lo. Esta atitude levou *O Mutirão* a cumprir um périplo e ser impresso em Mossoró (RN), Aracaju e depois ser transportado para ser vendido no Ceará.

Os percalços sofridos pelo pessoal envolvido iam da atemorização pessoal (rondas noturnas de carros da polícia) ao constrangimento de visitas à polícia política repetidas a cada novo número do jornal.

Uma certa abertura, definida como uma fase de maior liberalização e menor recrudescimento da censura implicou numa perda de importância da imprensa alternativa. O fenômeno foi de âmbito nacional. A grande imprensa, de certa forma, assimilou muitos temas até então proscritos e os “nânicos” perderam muito de sua força.

O clima de euforia criado pela anistia, outra conquista da sociedade civil, levou a uma discussão mais ampla, a um aprofundamento de questões (a guerrilha do Araguaia ainda continua proscria) e o definha-mento dos alternativos de cunho mais político. *Mutirão* encerrou suas atividades sem conseguir ampliar seu espaço, sem constituir um grande momento da imprensa cearense atual, mas representou, sem dúvida, um instrumento de luta contra a ditadura, o obscurantismo, a censura policial levada às últimas conseqüências.

Ele seria nosso modelo de alternativo, excluídos os jornais e revistas literários e culturais, estes com objetivos bem mais definidos e atuando numa faixa de mostra da atividade criativa (embora pudesse ter caráter político), como *O Saco*, *Vidr’Aça*, *O Comboio*, *Nação Cariri* e *Jornal sem Regras*.

Os alternativos que esperam pelo momento oportuno para circulação de jornais cooperativos, uma verdadeira resposta e interferência da categoria à questão da liberdade, espaço e poder.

## 7. A Chamada Grande Imprensa. O Discurso do Poder

A força de um jornal pode-se medir pelo interesse que ele desperta nos grupos empresariais. É muito mais um instrumento ideológico de dominação o que se via a deter e não simplesmente o arrolamento de mais uma empresa pouco produtiva aos complicados organogramas estruturais.



Fundado em 1928, *O Povo* veio com todo o ímpeto e paixão que caracterizava a imprensa da época.

Uma leitura detalhada de seu primeiro logotipo nos coloca diante de um chicote estilizado que forma a letra P.

A imprensa na época se considerava o “quarto poder”. A combatividade de seu fundador — Demócrito Rocha estava marcada na linha editorial da publicação.

Impossível reconstituir quase 57 anos de vida de um jornal num levantamento que busca situá-lo no contexto atual.

*O Povo* se confunde com a própria história da imprensa cearense neste período, com todos os percalços, negociações, adesões, negações e coragem. Por ser o diário mais antigo em circulação, um estudo mais detalhado de seu desempenho pode nos levar a compreender o que leva um jornal a se extinguir, como o *Unitário* (1903) e o *Correio do Ceará* (1915), depois de uma existência de mais de meio século.

Revolucionário em 30, democrata em 45, *O Povo* em 64, a partir de injunções políticas muito pessoais, se atrela ao regime de força instaurado, o que comprometeu muito sua isenção e a qualidade de seu discurso, mas não sua posição de liderança de vendas.

Contemporaneamente, que é o que nos interessa de perto, *O Povo* reestruturou-se e modernizou-se como preparação para os tempos em que vivemos ou para o futuro que virá.

Esta fase começou com a chegada do equipamento de fotocomposição e impressão *offset*, febre que contagiou a todos e de que a *Tribuna do Ceará* foi a pioneira, antecipando-se aos parques gráficos de *O Povo*, dos Associados e ao criativo equipamento de *O Estado*.

O *offset* cearense, num primeiro momento, se justifica como a importação de tecnologia imposta ao Terceiro Mundo. As pequenas tiragens de nossos jornais, que persistem até os dias de hoje, não justificam tanta sofisticação e mais endividamento.

Outra coisa que se pode dizer do *offset* é que ele não contribuiu para uma revolução gráfica dos nossos jornais, em termos de *lay-out*, planejamento gráfico-visual, proposta de *design* aplicado à comunicação. Os jornais mudaram pouco em relação ao que eram antes. Pode-se ressaltar uma tentativa do *Diário do Nordeste* em tirar partido dos recursos tecnológicos e dizer que não basta a policromia para tornar a embalagem mais atraente.

Com a entrada em funcionamento da Rádio FM *O Povo*, o sistema consolidava este processo de renovação. *Top de Marketing*, a rádio foi um sucesso sem precedentes. Com piques de audiência de 70%, marcou época na promoção de eventos recorrendo à tendência da cidade de fazer *footing* na Volta da Jurema. Com a rádio AM, hoje também primeira nas pesquisas de audiência, reforçava-se o sistema e a necessidade de remoçar o jornal.

O veículo precisava ter credibilidade, a opinião que ele perdeu em tantos anos de docilidade ao sistema, refratário a novas influências e fechado em si mesmo.

Importante que essa mexida foi obtida a partir do editorial, da equipe redacional e sem descaracterizar a tradição do jornal.

Um fato que apressou a eclosão destes novos tempos foi o aparecimento do Diário do Nordeste, o jornal do Grupo Edson Queiroz.

## 8. Dito e Feito. Um Grande Jornal

As incursões do maior grupo empresarial cearense, o Edson Queiroz, no campo das comunicações remontam à aquisição da *Rádio Verdes Mares*, inicialmente uma emissora associada.

Com o golpe de 64, a *Rádio Dragão do Mar* perdeu a concessão do Canal 10, que seria o segundo a entrar em funcionamento em Fortaleza, por conta de suas ligações com o antigo governo.

Daí o canal de televisão passou para as mãos do Grupo, como fator de sua consolidação neste campo. Janeiro de 1970 e Fortaleza começou a mudar de canal, tinha uma opção em termos de programação de tevê.

Na reformulação e modernização do parque gráfico da *Tribuna do Ceará*, em 1971, o Grupo teve a oportunidade de ter um jornal ou a metade dele. E deve ter sido esta metade, aliada ao fato de a *Tribuna do Ceará* não conseguir deslanchar e se impor como um veículo líder, vitorioso, em consonância com a filosofia de ação do Grupo Edson Queiroz, que levaram à idéia do *Diário do Nordeste*.

Enquanto isso, o Grupo investiu numa rádio FM e iniciou com a *Rádio Tamoió*, do Rio de Janeiro, *Tamandaré* do Recife e *Palmares* de Maceió, o que seria a expansão do chamado Sistema Verdes Mares de Comunicação.

O *Diário* nasceu com bastante ânimo para ocupar uma posição de destaque na imprensa cearense. Registre-se além do prestígio de ter um jornal, um empenho pessoal do industrial Edson Queiroz em desenvolver aquele que seria seu último projeto.

Nada foi improvisado na estruturação do jornal. Da construção da sede à aquisição das máquinas, um cuidado em escolher o melhor.

A formação da equipe foi recrutar nos outros veículos o pessoal que passou por sucessivas reuniões, elaboração de pautas e preparação de números experimentais, até que o jornal fosse lançado em grande estilo.

A cidade viveu um clima de expectativa em torno do novo jornal. A categoria profissional se alegrava com a possibilidade de por conta da competitividade receber remuneração mais digna e acima dos irrisó-

rios pisos estipulados pelos dissídios.

Uma campanha publicitária com *out-doors*, filmes, cartazes, *spots* de rádio preparava a cidade para o lançamento.

No vale-tudo para se fixar e ganhar a preferência do público leitor o *Diário* recorreu ao sorteio de carros através de cupons encartados em suas edições. Os métodos de ação começaram a ser contestados em função do produto em questão. Tentava-se colocar o jornal "nas cabeças".

Tudo isso deu início a uma luta pela liderança. O jornal *O Povo*, que nunca se sentiu ameaçado pela *Tribuna do Ceará*, deu mostras de vitalidade recorrendo também a campanhas publicitárias, mas não a prêmios, exceção feita à promoção em torno da Copa do Mundo de Futebol de 1982.

Mas a batalha maior estava por ser travada e se deslocava para os índices de circulação, tiragens, leituras, qualificações de público. Antes, algumas escaramuças envolveram a questão das assinaturas. O grande número de jornais distribuídos por um grupo que se pode dar ao luxo de deixar um jornal circular no vermelho, também foi levantado como um problema de ordem ética.

Se, para as campanhas publicitárias o *Diário* era "um grande jornal", *O Povo* seria o jornal "de gente de verdade". As agências puderam faturar em cima da questão. E nem os classificados escaparam ao campo minado da disputa.

A disputa pela fixação de uma imagem de liderança em tiragem decorre da valorização do espaço em termos de comercialização.

Se *O Povo* não quer perder uma primazia, o *Diário* acha que pode usar seu poder de fogo e a retaguarda do Grupo para queimar etapas e conseguir em menos de 3 anos o que é sempre feito com disciplina, determinação, obstinação e, acima de tudo, planejamento.

Se este é o pano de fundo para uma briga por faturamento, pouco se fala no que isto tudo poderia significar em matéria de melhoria de nível, das condições de trabalho, da consolidação de uma equipe, de um salto qualitativo da imprensa cearense.

É inegável que o *Diário* se faz dentro de padrões de um jornalismo contemporâneo, como está fora de dúvidas que *O Povo* ganhou espaço perdido, reforçou credibilidade e se preparou para a competição.

A conclusão é que, embora não representem a imprensa ideal, estes jornais significam um aperfeiçoamento e modernização de uma atividade que se prepara para atingir uma fase adulta em termos de produto e de definição do discurso que vende ou deve passar a vender.

## 9. Outros Títulos e Publicações

Constituída em 1957, a *Tribuna do Ceará* nasceu como órgão de defesa dos interesses das chamadas classes produtoras.

Primeiro jornal cearense a implantar o sistema de fotocomposição e impressão pelo sistema *offset*, a *Tribuna* integrou-se ao Sistema Verdes Mares até a construção de um muro que selou sua separação da tevê e rádio de cujo complexo de instalações também fazia parte.

Dirigida por um banqueiro, órgão conservador, tem uma circulação muito dirigida e um número expressivo de assinaturas junto às classes empresariais.

Com um eficiente esquema de distribuição, *Tribuna* consegue chegar primeiro às bancas e casas dos assinantes.

Tem conseguido manter um padrão gráfico e um grande número de colunistas que reproduzem, sem contestações, o discurso oficial do jornal, as idéias que ele defende e os pontos de vista da direção. Pode-se falar da *Tribuna* como um jornal que expressa uma unidade de pensamento, sendo pouco democrática a maneira como padroniza opiniões e não dá margem à pluralidade e diversidade de conceitos.

A trajetória de *O Estado* é marcada por sucessivas mudanças de direção e orientação em sua linha editorial.

Desde sua fundação, em 1936, deu várias guinadas, numa história que não cabe nos limites de conceituar sua situação atual.

Uma análise da fase sob a direção de WeneLouis Xavier Pereira vai nos dizer, num primeiro instante, da necessidade de reformular o parque gráfico, com a chegada entre nós do *offset*. Aqui a criatividade falou mais alto. Diante dos elevados custos e da impossibilidade de investimentos maiores, optou-se pelo desenvolvimento de uma tecnologia própria que chegou a levar, por exemplo, à utilização várias vezes da mesma chapa, graças a um tratamento que envolvia bolas de gude.

De uma fase sensacionalista, que deu lugar a muitas agressões a seu diretor, *O Estado* passou para um estágio de conteúdo mais político, o que não impede que antigos traços sejam retomados e que o alarde venha a prevalecer como regra.

A verdade é que *O Estado* sintonizou-se com uma imprensa mais adulta, deixando de servir como referência em termos de pasquim ou de escândalo. Esta elevação de tom se encaixa num projeto geral de modernização da imprensa e de sua nova definição de espaço e de papel num mercado aberto a veículos mais sofisticados e mais massificantes.

Um capítulo a parte mereceria o semanário *Folha do Ceará*. Ligado à corrente do Ministro César Cals, juntamente com a *Rádio Dragão do Mar*, tem público restrito, venda reduzida nas bancas, configurando-se muito mais um instrumento de sustentação ao grupo político que o dirige.

Sob o ponto de vista dos anunciantes, o semanário constitui uma mídia política, inserção obrigatória das campanhas do governo e opção empresarial para quem deseja apoiar ou fazer mídia com a corrente política orientada pelo ex-governador do Ceará.

Em relação aos jornais do interior, cumpre registrar a permanência de *A Verdade*, de Baturité, semanário de orientação católica conservadora em circulação desde 1917. O *Correio da Semana*, de Sobral, fundado em 1918 e ligado à Diocese, e *A Ação*, do Crato, são exemplos da decadência da imprensa feita no interior, cuja circulação se faz muito mais para atender a um apelo de tradição do que para atender à finalidade de noticiar, opinar, interpretar. O *Maranguab* e *Paracuru* são jornais feitos em Fortaleza para atingir o público destas cidades, pólos turísticos.

Dentre os jornais de circulação gratuita ou dirigida, podemos citar o *City News* e *Fortaleza Shopping*, de indicações de compras, o *Cooper News*, de atividades esportivas e o *Correio da Rua*, que se diz “o menor jornal do mundo”, defendendo interesses político-partidário.

## 10. O Jornalismo no Rádio e Tevé

Do rádio podem-se dizer várias coisas. Por exemplo, que o veículo experimenta um certo vigor, passado o impacto inicial da entrada em cena da televisão e definido melhor seu campo de atuação.

Hoje, sete emissoras AM e três FM disputam a preferência do público e as verbas dos anunciantes. A contribuição de todas elas no campo do radiojornalismo é de menor importância. Todas desenvolvem um jornalismo muito mais voltado para cumprir uma determinação ou exigência legal e menos como enriquecimento de programação.

*Verdes Mares* e *O Povo-AM*, envolvidas numa disputa permanente pela liderança, com a retaguarda de jornais impressos, podem se dar ao luxo, digamos assim, de desenvolver um trabalho mais eficaz. As outras, de um modo geral, concentram em polícia e esportes o grosso de seu noticiário. Quanto às FMs, a tendência tem sido a de intercalar notícias frias no meio de sua programação musical, nada acrescentando a este respeito.

Ainda sobre o veículo rádio, vale registrar sua interiorização, num processo inverso ao dos jornais e de profundo interesse dos grupos políticos a que servem de sustentação. Vinte e dois municípios cearenses, além de Fortaleza, contam hoje com emissoras de rádio. A FM chegou a Juazeiro do Norte através da *Transcariri* e *Vale do Cariri*.

No que se refere à televisão, os noticiosos são complementação local das edições nacionais. *Verdes Mares*, *Cidade* e *Manchete*, esta ainda em fase de implantação definitiva, embora já esteja no ar, não desen-

volvem ou não são estimuladas a fazer um telejornalismo de maior consistência ou profundidade.

O caso da *TV Educativa*, com maiores possibilidades de desempenho de um jornalismo crítico ou opinativo, esbarra na falta de verbas, pobreza de equipamento e de uma direção técnica menos sujeita às injunções da política estadual.

Importante mencionar que uma rede de estações repetidoras leva os sinais das televisões a quase todo o Estado.

## 11. Algumas Conclusões

São pequenas as tiragens de nossos jornais. Mesmo considerando o baixo nível de renda da população de Fortaleza, não há como justificar números tão insignificantes (máximas de 30 mil exemplares), contestados muitas vezes, apesar das pesquisas e dos números do Instituto Verificador de Circulação (IVC).

Dentro de cada jornal, especificamente, cabe ressaltar o espaço negado à grande reportagem e o ranço autoritário de aproveitamento integral do *press-release*. Sem a envergadura e a dimensão da grande reportagem fica mais difícil abordar, de maneira exaustiva, temas polêmicos e de maior ressonância.

Embora não se possa tomar atitudes de negação das conquistas tecnológicas ao desempenho das atividades jornalísticas, a grande ênfase deve ser dada à figura do profissional, o que não tem acontecido de verdade entre nós.

Se a competição deve ser estimulada como forma de aperfeiçoamento dos nossos jornais, deve-se visar, em primeiro lugar, ao aprimoramento da imprensa como um todo, enquanto atividade. Qualquer tipo de retaliação pessoal ou em nível de empresa amesquinha a luta e restringe o campo de uma atuação ética e em alto nível. Se leitor não se conquista com prêmios, não existe tradição em imprensa que não precise se renovar e se adequar a novos tempos.

Passado o efeito da queda dos *Diários Associados*, que implicou numa venda e posterior fechamento de *Unitário* e *Correio do Ceará*, assimilada a experiência mal sucedida do *Meio Dia* e *O Popular*, parece que o quadro se estabiliza, os órgãos estão menos despreparados para o final do século.

Estas são anotações para estudo posterior. O diagnóstico se justifica mais que o tom da palavra definitiva.