

# Práticas e negociações [políticas] na grande imprensa de Fortaleza (1928-1990)

Matilde de Lima Brilhante\*

O propósito, com as questões apresentadas nesse texto, é pensar a imprensa escrita de Fortaleza dentro do que veio a ser chamado *grande imprensa* e as tramas – muitas vezes políticas – envolvendo esse campo de atuação. Para tanto, consideramos que os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* nos ajuda a perceber e analisar as negociações entre empresas jornalísticas e grupos políticos de destaque, na capital cearense. Sabendo que esses grupos jornalísticos adota[ra]m a mídia impressa para defesa de seus interesses, faz-se necessário estabelecer uma relação entre as empresas jornalísticas e os jogos político em que se envolveram, e assim, perceber o lugar de produção desses periódicos. Entendo por lugar de produção um dado lugar social, onde se vivencia conflitos e negociações. Assim, tornou-se visível a construção de um diálogo entre a imprensa e o poder político; relação essa que se transforma de acordo com os interesses de um dado momento.

**Palavras-chave:** Grande imprensa; política; negociações.

## Introdução.

Nosso objeto de estudo, qual seja as negociações entre imprensa e política, situa-se num recorte temporal marcado pela transição de regime político brasileiro: a década de 1980. Para o processo histórico brasileiro, esse período representou o resultado das lutas de diversos setores da sociedade contra a permanência de um regime político autoritário (que iniciara em 1964) baseado em um presidencialismo exacerbado de caráter militar, muito embora, tenha se firmado com a colaboração e auxílio de setores da sociedade civil. Assim, concordamos com os historiadores que definem esse

---

\* Mestre em História e Culturas pela Universidade Estadual do Ceará. matildebrilhante83@yahoo.com.br

Seeks, with the questions presented in this text, to think the press of Fortaleza in what came to be called mainstream media and the plots - often political - involving this act field. For this, we consider that the newspapers *O Povo* and *Diário do Nordeste* helps us understand and analyze the negotiations between media companies and political groups prominent in Fortaleza. Knowing that these groups journalistic adopted the print media to defend their interests, it is necessary to establish a relationship

between newspapers and their place of production. I understand by place of production as a social place where one experiences conflict and negotiations. Thus, it became apparent the construction of a dialogue between the press and political power, although this relationship that transforms according to the interests of a given time.

**Keywords:** Mainstream media; politics; negotiations.

---

período no Brasil como uma *ditadura civil-militar*, e transitando nessa perspectiva nos é permitido afirmar que os militares que estiveram a frente da implementação e consolidação desse regime puderam contar, muitas vezes, com apoio de instituições civis.<sup>1</sup>

Tendo a União concentrado grande poder de decisão, a participação política da população estabeleceu-se a margem da legalidade do regime, já que uma legislação de caráter repressivo apresentava restrições à liberdade de organização, expressão e manifestação política, além de desconsiderar a intervenção eleitoral pelo voto direto. Sendo que o direito a estas formas de participação política – ou a negação destas - passava a ser compreendido num sentido mais amplo, que não apenas restrito a uma participação tornada pública, mas, assumia uma significação de cidadania. Ou seja, as diversas possibilidades de expressão política significavam um tornar-se cidadão, como uma condição política, mas também, como uma valoração do indivíduo como possuidor de um agir no mundo. Portanto, a privação desse direito retirava, além da liberdade política, o sentimento de sujeito de ação cívica.

Para modificar esse quadro, entre a segunda metade da década de 1970 e a primeira metade da década seguinte, as lutas pelo retorno à democracia se intensificam iniciando a construção do que Maria Paula Nascimento Araújo<sup>2</sup> chama

---

<sup>1</sup> ROLLEMBERG, Denise. “Memória, Opinião e Cultura Política. A Ordem dos Advogados do Brasil sob a Ditadura (1964-1974)”. In: Daniel Aarão Reis; Denis Rolland. (Orgs.). *Modernidades Alternativas*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 2008, p. 57-96. Segundo esta historiadora a Associação Brasileira de Imprensa (ABI); a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e a CNBB, ou alguns membros destas instituições, estiveram em colaboração com o regime ditatorial. No entanto, esse apoio não se deu de forma fixa até o final do regime, em outros momentos, mais

de *cena política legal ou pública*. Nas análises da autora, esta cena surge como uma tentativa de tornar visível o movimento de oposição à forma de governo vigente, assim o processo de transição é marcado pela atuação de um movimento político de oposição, reunindo amplos setores da sociedade e com forte presença de partidos e organizações considerados de esquerda. É, também, marcada pela pluralidade de atores políticos na cena pública.

A imprensa como instrumento de expressão de uma dada visão de mundo [moldada por interesses políticos, econômicos e ideológicos] compõe essa cena política legal e sua produção teve grande peso nas discussões políticas.

Embora seja problemático definirmos o que pode ser considerado grande imprensa na cidade de Fortaleza durante a década de 1980, faremos um esforço no sentido de elencar elementos que nos seja possível desvelar a estrutura dos jornais estudados, dispondo de recursos teóricos, mas também, pensando essa definição a partir de uma análise empírica.

Inserimos os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* no quadro que delimitamos como grande imprensa. Os pontos que os colocam nesta categoria podem ser percebidos através dos seguintes aspectos: consolidação destes enquanto empresa jornalística; produção a partir de um desenvolvido parque gráfico; expressiva circulação destes jornais; seu potencial enquanto formador de opinião; forma de apresentação das matérias publicada; um considerado número de anunciantes (fonte de recursos financeiros dos jornais). Aspectos estes que os colocam numa posição vantajosa – no mercado – sobre os demais concorrentes.

Nelson Werneck Sodré vê a passagem do século XIX para o XX marcada por um período de transição na imprensa brasileira, em que o jornal ingressava definitivamente na fase industrial, fazendo surgir a chamada grande imprensa, constituindo-se, a partir de então, como empresa e mesmo as consideradas pequenas empresas deveriam manter uma estrutura comercial nos moldes exigidos

---

especificamente a partir de meados dos anos de 1970, esses colaboradores tornaram-se oposição. Isso nos dá a pensar na complexidade em apontar, de forma categórica, quem ou que instituições foram colaboradoras ou opositoras ao regime, pois em vinte anos de ditadura civil-militar os interesses destes mudaram e com isso suas posições no cenário político.

<sup>2</sup> ARAÚJO, Maria Paula Nascimento. A luta democrática contra o regime militar na década de 1970. In: REIS, Daniel Aarão, RIDENTI, Marcelo, MOTTA, Rodrigo Patto Sá (orgs). *O golpe e a ditadura militar: quarenta anos depois (1964-2004)*. Bauru, SP: Edusc, 2004, p. 161-175.

pelo mercado: divisão do trabalho em setor específico e a consolidação do poder de atrair capital<sup>3</sup>. Está, nesses termos, colocado que a grande imprensa substituiu a pequena imprensa (esta considerada como empreendimento individual, uma espécie de aventura de seus proprietários) nesse período, ocasionando a superação desta última, ao menos nas grandes cidades. *Grande imprensa*, portanto, demarcaria a posição do jornal como empresa instaurada na ordem capitalista. Enquanto que a pequena imprensa é aquela que opera em regiões de modestos recursos publicitários, e cuja circulação está longe de cobrir o investimento diário a que está obrigada, estando condenada ao paulatino desaparecimento, pela total impossibilidade de sobrevivência econômica.

Considerando apenas essa posição, temos que, a partir desse período de transição, não mais faria sentido falar-se em uma grande imprensa já que a base de organização dos jornais enquadrava-se em categoria única [a grande imprensa]. Entendemos que só é possível falar de uma grande imprensa confrontando-a com um tipo de produção da qual é distinta: a pequena imprensa. Portanto, não percebemos essa superação na passagem do século XIX para o XX como assim assevera Sodré, uma vez que observamos, ainda no século XX, jornais sem essa organização empresarial.

Concordamos com Maria Helena Capelato ao afirmar que a grande imprensa é detentora de recursos e privilégios que lhe permitem superar as dificuldades que possam vir a passar, diferentemente das empresas de pequeno porte, que não dispoem de recursos suficientes, em momentos de crise, acabam tendo sua publicação interrompida<sup>4</sup>. A partir desses qualificativos é que os dois jornais aqui estudados podem ser classificados como de grande imprensa.

Na década de 1980 existia um mercado a ser disputado pelos grupos jornalísticos em Fortaleza<sup>5</sup>, é notório que as empresas de pequeno porte não conseguiam entrar no mercado com o mesmo grau de competitividade do *O Povo* e *Diário do Nordeste*, estes entram em circulação com uma proposta de organização de empresa, em que propõem oferecer um serviço no modelo de organização

---

<sup>3</sup> SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 3ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983, p. 275.

<sup>4</sup> CAPELATO, Maria Helena Rolim. *A imprensa na história do Brasil*. São Paulo: Contexto/EDUSP, 2ª edição, 1994, p. 33.

<sup>5</sup> Embora estejamos limitando-nos à cidade de Fortaleza, vale ressaltar que são jornais de grande circulação também nas cidades do interior do Estado do Ceará.

comercial, mas isso não basta para defini-los como grande imprensa. A principal disputa nesse espaço mercadológico, na década de 1980, era travada entre estes dois jornais, já que outros, como *O Estado* (1936) e *Tribuna do Ceará* (1952) embora organizados em modelo empresarial não apresentavam, de fato, valor concorrencial que pudesse retirar leitores dos primeiros.

## *A estrutura dos jornais e as formas de “autolegitimação”*

Os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* eram editados a partir das matérias consideradas relevantes pelos responsáveis de cada setor de notícia (política, economia, cidade, internacional, esporte, dentre outras), cabendo ao editor chefe a revisão final e a seleção das matérias de capa. A função desse profissional (o editor) passava por tomadas de decisões sobre a formatação final do periódico, mas essas decisões implicavam uma relação com os interesses dos proprietários.

A capa desses jornais funcionava como uma vitrine, uma vez que os noticiários de destaques (como um produto a ser vendido) eram elaborados de maneira a atrair a atenção do leitor, com um título curto e um breve resumo da matéria. A fotografia na capa compunha a marca desses jornais.

Além dos acontecimentos diários que se tornavam notícias em suas páginas, os jornais eram compostos de opiniões (a do jornal, principalmente no editorial; a de jornalistas, incorporada na escrita das matérias; e a de leitores que escreviam ao jornal); fotografias, como complemento das matérias; charges, tiras cômicas e propaganda. Esses impressos eram resultados de um conjunto de elementos com funções específicas, pensadas e definidas *a priori*, na tentativa de conquistar maior espaço do mercado visado.

Nesse sentido, a escrita jornalística se constitui no próprio ato de sua invenção, na medida em que, como resultado de uma construção, elabora um dizer conduzido pelas intervenções de quem escreve. Ou seja, as informações chegam até o público através de uma versão construída por um grupo com interesses a defender. As formas de dizer na imprensa se configuram em um saber criativo, no sentido de elaborado por subjetividades em que, a partir de um fato, se constrói uma narrativa a negar sua condição inventiva.

A escrita que se torna pública, por meio da mídia impressa, mais precisamente dos jornais, tem como suporte básico a construção de um discurso que se faz crer pautado em conceitos *como imparcialidade, isenção, independência e neutralidade*. Embora sejam categorias menos aplicáveis do que exaltadas, no espaço jornalístico exercem a função de potencializar o dizer profissional. Assim, com receio de ter sua credibilidade afetada, os profissionais da imprensa buscam constantemente incorporar tais conceitos à imagem dos impressos. A pretensa separação entre informação e opinião é parte desse trabalho de dissimulação dos interesses e torná-los menos visíveis.

Em outras palavras, essa condição inventiva fornece à escrita do jornalista a possibilidade de manifestação das subjetividades sob a figuração de conceitos caros aos veículos de informação (imparcialidade, isenção, neutralidade, etc.). Nesse caso, as relações de cumplicidade entre a empresa jornalística e o governo não podem ser expostas claramente, ou pelo menos, há um grande esforço em ocultar as negociações com o poder político, pois, tal situação significa o comprometimento das idéias básicas da credibilidade.

Os periódicos estudados representam grupos que, em algum momento de sua história, buscaram a inserção em cargos políticos. Demócrito Rocha, um dos fundadores de O Povo, elegeu-se deputado federal em 1935, tendo seu mandato cassado com o início do Estado Novo (1937); Paulo Sarasate, também fundador do jornal, foi governador do Estado do Ceará entre 1954 e 1958, tendo ainda ocupado os cargos de deputado – estadual e federal - e senador. Nessa mesma linha de interesse, Edson Queiroz Filho (gestor e mantenedor do Diário do Nordeste) lançou-se candidato a Deputado Federal (PPB) em 1994, sendo eleito e renunciando o cargo em 1997<sup>6</sup>. Renunciou alegando razões de “foro íntimo”, mas deu sinais de que deixava o cargo por não aceitar as pressões para votar a favor do governo no Congresso.

A política parece ter sido um importante caminho para a manutenção do poder das empresas jornalísticas, se não de forma direta, com a inserção de seus proprietários em cargos político-administrativos, havia a possibilidade de uma relação indireta, com acordos entre os jornais e os grupos políticos.

---

<sup>6</sup> MUNIZ, Valdélino de Sousa. *A política editorial na editoria de política: um breve estudo sobre o comportamento dos jornais O Povo e Diário do Nordeste durante as eleições municipais de 1996*. Monografia; graduação em Comunicação Social. Fortaleza: UFC, 1997.

Em meados da década de 1980 o envolvimento das empresas jornalísticas (*O Povo* e *Diário do Nordeste*) com a política é estabelecido na configuração da nova conjuntura<sup>7</sup>. Assim, mantinham um discurso de imparcialidade com relação aos conteúdos políticos noticiados para conquistar a credibilidade do leitor, no entanto, as formas de noticiar os acontecimentos e os espaços cedidos ou negados aos políticos, revelam a defesa de interesses e a proximidade com grupos que disputavam o poder político.

## Jornal O Povo

O grupo O Povo S.A de comunicação é uma empresa que sempre manteve como presidente, membros da família fundadora: Demócrito Rocha (1928-1943); seu genro, Paulo Sarasate (1943-1968); a mulher do fundador, Creusa do Carmo Rocha (1968-1974); a filha mais velha dos Rochas e esposa de Sarasate, Albaniza Rocha Sarasate (1974-1985) e o neto do fundador, Demócrito Dummar (1985-2008).

Esse jornal, fundado em 07 de janeiro de 1928 em Fortaleza por Demócrito Rocha e Paulo Sarasate, tendo sua primeira sede na Praça General Tibúrcio, 158, entra em circulação distribuído em dezesseis páginas, depois manteve uma média de seis páginas por edição. Com notícias escritas em notas rápidas, chegando a constar até treze notícias em uma única página, sendo que as notícias eram editadas juntamente com o conteúdo propagandista, assim, anúncios e noticiário compunha o mesmo espaço do jornal.

Por se definir como um jornal democrático e que presava a liberdade, em todas as edições, ressaltava que: “A redação do *O Povo* dá inteira liberdade a seus colaboradores sem, todavia, responsabilizar-se pelas idéias contidas nos artigos assinados.” Ora, o jornal não teria como colaboradores pessoas que fossem contra a linha editorial do jornal, ademais, estes contribuíam, principalmente

---

<sup>7</sup> Para o processo histórico brasileiro, a década de 1980 representou o resultado das lutas de diversos setores da sociedade contra a permanência de um regime político autoritário (que iniciara em 1964) baseado em um presidencialismo exacerbado de caráter militar, muito embora, tenha se firmado com a colaboração e auxílio de setores da sociedade civil. Assim, concordamos com os historiadores que definem esse período no Brasil como uma *ditadura civil-militar*, e transitando nesse contexto, temos que a década de 1980 foi um período de mudanças no fazer política no Brasil, já que o país passava por um período de transição, saindo de um regime ditatorial para um pretense regime democrático.

com a escrita literária. Entre esses colaboradores, temos: Cruz Filho, Beni Carvalho, Rachel de Queiroz, Paulo Sarasate, Renato Vianna, Suzanna de Alencar Guimarães, Jader de Carvalho, dentre outros. Os escritos literários, ganhavam destaque nas páginas deste periódico. “Modernos e passadistas” era um espaço destinado a poemas e sonetos de seus diversos colaboradores.

De início *O Povo* foi impresso em papel importado por intermédio da firma A. Ommundsen & Co. Ltd., tentava, com isso, obter melhor qualidade de material para impressão. Quando do início de sua circulação, transcorria uma restrição nas possibilidades dos jornais informativos, isso porque a taxa dos telegramas (principal meio de aquisição das informações internacionais) de imprensa imprimia uma sobrecarga elevando o preço em trezentos por cento, e ainda, pesava o aumento sobre a tarifa do papel importado.

Jornal vespertino, geralmente saía às seis horas da tarde e justificava esse horário da seguinte forma: “os jornais matutinos de Fortaleza como *O Ceará*, *A Gazeta* e *O Nordeste*, registram todos os acontecimentos do dia anterior. Os vespertinos para não fatigarem o público com a reprodução desse noticiário, têm o dever de aproveitar apenas os fatos do dia que corre.” A idéia era parecer o mais atualizado possível sobre os fatos, embora não fosse o único vespertino da cidade.

O nome *O Povo* foi escolhido através de um concurso, e, a escolha desse nome compunha a imagem buscada pelos fundadores, a imagem que seria vendida: de um diário que utiliza suas páginas para lutar por mudanças sociais, defendendo os princípios democráticos e justiça social; buscava-se, portanto, a imagem de um jornal que “defende os interesses do povo”. Inicialmente, o logotipo do jornal apresentava o desenho de um chicote, que naquele momento histórico, pretendia expressar a luta contra o poder político. O chicote, instrumento feito de longas tiras de couro ou cordões preso a um cabo usado para golpear um animal ou castigar uma pessoa, simbolicamente representava a postura do jornal contra as injustiças sociais e abuso do poder político local. Seus fundadores apresentavam, o jornal como instrumento em defesa da justiça e igualdade.

Nessa fase inicial, os mantenedores do jornal ainda não pertenciam a nenhuma das correntes político partidárias do Ceará, situação que viria a mudar

posteriormente. Com isso, lançava-se no debate político da época de forma a questionar os atos de personalidades políticas. Por outro lado, também encontramos matérias de caráter elogioso à políticos, como no conteúdo da matéria assinada por Rocha Lima em que finalizava dizendo: “Em um governo honesto e de propósitos elevados, como o actual, toda lei serve; e num governo como o do desembargador Moreira da Rocha, toda lei eleitoral é péssima. (*O Povo*, 1929:01/02). Matéria essa que refletia a Lei Eleitoral do Estado em sua atribuição ao voto secreto na eleição para prefeito. Mesmo não sendo a opinião do jornal, é uma opinião publicada pelo jornal, no formato de matéria opinativa, o que tendia a influenciar a opinião do leitor.

Como não é difícil imaginar, esse jornal passou por transformações ao longo de sua história e, podemos começar com o período que sucedeu a morte de Demócrito Rocha; tendo ele falecido em novembro de 1943, a direção do jornal passava então para Paulo Sarasate (também fundador de *O Povo*) que era filiado ao partido da União Democrática Nacional (UDN)<sup>8</sup>. As modificações no comportamento editorial passam a serem notadas, principalmente, após o golpe de 1964, apresentando um conservadorismo editorial por meio da comodidade diante das questões políticas do período. Dito de outra forma, isso significa que os editores do jornal exerciam forte controle com relação as matéria publicadas, uma “autocensura” por assim dizer causando insatisfação em muitos de seus profissionais. Mesmo após 1968, quando da morte de Sarasate, o jornal manteve-se com esse posicionamento, vindo a sofrer outra reformulação a partir de 1982, fator que pode ser explicado não só pelo novo contexto político, como pela entrada em circulação de um novo periódico cearense, o *Diário do Nordeste*, que tornaria seu principal concorrente pelo mercado disputado.

Por uma lado, explorava a idéia de um jornalismo fundado na luta contra a corrupção e o mal uso do poder político, por outro, preservava uma aproximação com os grupos políticos no poder, como nos períodos correspondente aos mandatos de Virgílio Távora (1963-1966 e 1979-1982). No segundo período em que Virgílio Távora estava à frente do governo do Ceará, *O Povo* era o veículo de comunicação que obtia maior quantidade de publicidade do Estado, consumindo cerca de cinquenta por cento (50%) do orçamento da Secretaria de Comunicação (secom). Desta forma, o departamento comercial do jornal intervia na linha edi-

---

<sup>8</sup> Partido que assume o poder político com o golpe civil-militar em 1964.

torial, na medida em que um anunciante não poderia ser criticado em matérias jornalísticas.<sup>9</sup>

Já na década de 1980, o jornal passa por modificações de ordem técnica e editorial. Tais transformações podem ser consideradas o início de uma nova fase do jornalismo neste grupo, tomando formas definidoras somente na década posterior.

Inseriu em seu parque gráfico novas impressoras *off-set*<sup>10</sup> para obtenção de impressão a cores (1988), até então a impressão era feita em preto e branco; ganha dez prêmios regionais durante toda a década: um em 1980, dois em 1981, dois em 1983, dois em 1987 e três em 1989. A conquista desses prêmios valoriza o jornalismo do *O Povo*, mas não impede a perda de leitores para um novo jornal que surgia em 1981, o *Diário do Nordeste*.

As mudanças iniciadas nos anos de 1980 resultaram no que o jornal chamou de “Projeto Rumo ao Século XXI”, abandonando a tipografia Times New Roman, passando a usar a palatino e os títulos passaram a ser elaborados em fonte Bauer Bodni, favorecendo a legibilidade das matérias; lança quatro novos suplementos em formato tablóide, destinados ao público feminino, público jovem, ao mercado de veículo e ao público da programação televisiva.

A modernização do jornal, na década de 1980, teve dois fatores de maior influência: o momento político e o surgimento do jornal *Diário do Nordeste*. No que diz respeito às discussões política do período, emitiu, entre suas matérias, conteúdos em defesa da anistia e das eleições diretas, não só com matérias noticiosas, mas também com textos reflexivos (principalmente na página de opinião e editorial) e através do uso destacado de fotografias dos comícios.

A linha editorial, como política predeterminada pela direção do jornal, indicando valores e paradigmas que orientam a escrita jornalística e por isso influenciam no resultado final do veículo, está presente no jornal como um todo, mas não aparece tão claramente, principalmente, porque como empresa o jornal estava atrelado aos interesses comerciais e publicitários. Precisamos tomar cui-

---

<sup>9</sup> RIPARDO, Sérgio. *Por trás das manchetes: fórmulas e clichês na redação dos títulos de cidade de O Povo*. Monografia; graduação em Comunicação Social. Fortaleza: UFC, 1997.

<sup>10</sup> A impressão *off-set* é um processo que consiste na repulsão entre água e gordura (tinta gordurosa), em que a tinta passa por um cilindro intermediário antes de atingir a superfície. Esse método tornou-se principal na impressão de grandes tiragens.

dado com a seguinte questão: o fato de um governo tornar-se anunciante em um periódico não significa, necessariamente, que este é adesista. Por outro lado, a relação próxima de um grupo governista com um veículo da imprensa coloca sempre em negociação interesses políticos e econômicos.

Para as mudanças de ordem técnicas, pelas quais *O Povo* passou na década de 1980, muito contribuiu a concorrência do *Diário do Nordeste*, quando em fins dos anos 80, este o supera em número de exemplares vendidos. Até então, *O Povo* era o jornal mais vendido de Fortaleza e agora passava a ser o segundo mais vendido, isso significaria redução no faturamento financeiro. A reformulação começa no início dos anos 1980 com substituição do maquinário gráfico, mudanças estas finalizadas nos anos 1990; passa, ainda, por uma mudança na construção das matérias políticas, adotando uma linguagem mais opinativo-reflexiva, nas colunas políticas, como a “Coluna do Castello”, por exemplo, contribuía com uma análise diária do campo político, e a página de opinião cresceu em número de posições críticas aos políticos, revelando maior destaque a essa temática.

## *Jornal Diário do Nordeste*

O *Diário do Nordeste*, incluído no Sistema Verdes Mares de Comunicação pertencente ao Grupo Edson Queiroz, teve sua primeira publicação em 19 de dezembro de 1981, tendo como diretor geral, Ednilton Gomes de Soares; diretor superintendente, Pádua Lopes; diretor comercial, Francisco Ribeiro; diretor industrial, A. Capibaribe Neto e como editor, Francisco Bilas. Em seu projeto inicial contava com uma estrutura montada com oficinas modernas, instalações funcionais, serviços radiotelegráficos e de radiofoto. Obtinha as notícias nacionais e internacionais das agências O Estado, AJB, Globo, EBN, UPI, AP, Sport Press e correspondentes. Nos quatro primeiros anos já havia conquistados os seguintes prêmios: Placa de Prata (1982), Prêmio Esso (1983) e Troféu Mérito Lojista (1985).

Esse grupo é um conglomerado de empresas que leva o nome do empresário Edson Queiroz, sendo um dos maiores grupo empresariais do Nordeste. Surge em 1951, com a compra da Ceará Gás Butano, empresa que importava gás dos Estados Unidos para o Ceará. Nos dias atuais, denominada Nacional Gás e atuando com as marcas Paragás e Brasilgás. Em 1962, o Grupo inicia-se na área

de comunicação com a aquisição da Rádio Verdes Mares AM; anos depois com a TV Verdes Mares, cujos primeiros sinais forma emitidos em 1969 com filmes importados; em 1981 é lançado o *Diário do Nordeste* com uma equipe de 80 jornalistas e a construção de um prédio de três andares na Praça da Imprensa. Para dar apoio à comercialização do gás liquefeito de petróleo (GLP), o grupo cria em 1963 a Tecnomecânica Norte – Tecnorte – para fabricação de recipiente para GLP, e no mesmo ano surge a Esmaltação Nordeste – Esmaltec – produzindo fogões domésticos. Em 1984 essas duas empresas foram incorporadas pela Tecnomecânica Esmaltec, passando a fabricar, além dos fogões e botijões, refrigeradores, bebedouros elétricos, freezers e garrações de policarbonato. Em 1969, o grupo ingressa no segmento agroindustrial com a empresa Cascaju. Em 1973 acontece a aula inaugural na Universidade de Fortaleza (Unifor) e dá início à entrada do grupo no sistema privado de educação superior. O ano de 1979 marca a participação do grupo Edson Queiroz no mercado de captação e evasão de água mineral, com a aquisição da empresa Indaiá.

Como se pode observar a empresa jornalística *Diário do Nordeste* está inserida numa complexa rede de influências onde possui interesses particulares a serem defendidos por meio da mídia impressa.

No editorial de seu primeiro número, intitulado “Compromisso de luta”, o jornal ressaltava os problemas econômicos do país destacando a inflação, o déficit do balanço de pagamentos, a dívida externa e interna; mas que: “confiamos na superação desses obstáculos, por meio da intensificação da exploração de nossas riquezas”. A riqueza a que o jornal se refere diz respeito aos recursos naturais da região e sua potencialidade econômica. Essa proposta apresenta-se oportuna para um grupo empresarial que tem na utilização dessas riquezas a possibilidade de expansão, com isso, propunha a mobilização de lideranças políticas e empresariais do Nordeste em função do ajustamento das atividades econômicas ao melhor rendimento em termos de produção, comercialização e consumo.

O Diário utilizou o espaço de seu primeiro editorial para descrever a conjuntura econômica na qual estava inserido, no entanto, utiliza a idéia de crise econômica do período para impelir um discurso desenvolvimentista para a região, em específico para o Estado do Ceará. A necessidade de desenvolvimento econômico do Estado significaria a mobilização de lideranças políticas e empresarias na busca pela expansão ou alternativas de suas atividades lucrativas,

sendo assim, a perspectiva da crise justificaria todo e qualquer esforço no que diz respeito à produção de mercado.

Somos conhecedores dos obstáculos estruturais que entorpecem a expansão econômica do Nordeste, agravados por uma conjuntura adversa em que três anos de secas sucessivas devastaram o setor primário, com reflexos negativos globais sobre os demais segmentos econômicos. Nem por isso somos pessimistas com relação ao futuro do Brasil e do Nordeste, que tem condições de ultrapassar esta fase amarga, mediante o aproveitamento inteligente de opções que provocarão reversão econômica. (*O Povo*, 1981:19/02)

Como o jornal era vendido, também, em outros Estados da região Nordeste, procurava assumir a posição de defensor dos interesses econômicos da região, ressaltando a falta de desenvolvimento desta que, conseqüentemente, estaria ligada a falta de investimento. Na citação acima, a referência ao aproveitamento das opções para reversão da crise sugere o desejo em explorar atividades econômicas em diferentes setores, mas quem teria essas opções? Certamente poucos, limitado a quem possuía possibilidade financeira de investimento como o próprio grupo ao qual o jornal pertencia.

A mensagem de confiança na potencialidade dos recursos naturais cearenses dá a conhecer os interesses penetrados no enunciado, interesses esses relacionados à exploração desses recursos como atividade lucrativa. Se, faltavam investimentos para a região, e estes investimentos era entendido como capaz de superar a crise econômico-financeira, então não poderia haver impedimento para o crescimento regional, uma vez que esse seria um benefício para todos, ou seja, com esse discurso tornado público, os proprietários do jornal tomavam para si (como grupo empresarial) a idéia de propulsores do desenvolvimento cearense.

O *Diário do Nordeste* surge em um cenário fortemente marcado por uma crise econômica; era o período de avanço da abertura democrática. Contexto de mudanças significativas de ordem política e econômica. Sua entrada no mercado significou concorrência direta com o jornal *O Povo*, levando esse último a uma reformulação de seu maquinário gráfico em busca de melhores resultados na impressão.

Como mencionado anteriormente, o Grupo Edson Queiroz atuava em diversos setores do mercado empresarial, e no Sistema Verdes Mares de Comunicação alguns assuntos não poderiam se fazer presentes a crise no abastecimento de gás e água mineral, isso porque os negócios mantido por essas empresas con-

figuravam uma rede relacional de interesses. A abordagem desses assuntos nas matérias do jornal significava ferir os interesses das empresas do grupo, o que estabelecia um sistema de atuação baseado em matérias negociadas.

As empresas do grupo eram anunciantes do *Diário*, portanto, devemos pensar no jornal como um membro desse conjunto maior de empresas, e que influía na consolidação do poder político e empresarial do grupo, mesmo com lucros bem menores comparado a outros setores do grupo, mas exercia uma função fundamental nesse sistema: divulgar informações em um veículo formador de opinião preservando os interesses dos proprietários. A publicação ou não de uma determinada matéria deveria ser aprovada pelos editores-chefes da redação com o intuito de não tornar público notícias comprometedoras do grupo e seu filiados. A posse de um veículo como o *Diário do Nordeste* facilitava o fechamento de acordos com político ou outras empresas, dado o controle sobre a informação.

Este jornal não era uma empresa “auto-suficiente”, ou seja, ela não dependia somente dos lucros obtidos com suas vendas e publicidade para se manter. Na falta de recursos financeiros, recorria a outras empresas do grupo. Portanto, defender os interesses do jornal era manter-se em compromisso com os negócios de todo o corpo empresarial. Diferente do jornal *O Povo* que dependia, exclusivamente, dos rendimentos do próprio jornal para sua permanência em circulação.

Isso não significa menos lucros do *Diário* em relação ao *O Povo*, e sim, que o primeiro possuía mais recursos disponíveis para investimentos em maquinários, estrutura física e profissional. Com isso, foi o primeiro jornal cearense a adotar a impressão a cores (1982) e sendo sua redação a primeira informatizada, isso em meados dos anos de 1990

O *Diário do Nordeste*, já em seus primeiros anos no mercado, deu ênfase à produção do humor gráfico. Além da charge diária, contava com ilustrações de caráter humorístico; uma charge na “Coluna É”, de Neno Cavalcante, que segundo os cartunistas do jornal, o colunista deu grande incentivo para essa produção no jornal; as tiras cômicas, que chegou a ser criada exclusivamente por profissionais locais, muito embora tenha sido logo substituída por tiras cômicas de São Paulo, devido ao alto custo financeiro. Com isso, fica claro que o jornal via nos desenhos de humor, ou desenhos com humor, um recurso indispensável para o jornal.

O controle dos veículos de informação nas mãos de poucas famílias é marca do exercício dessa atividade no Brasil, no entanto, em outros locais do país as famílias proprietárias desses meios de comunicação são compostas por políticos profissionais influentes, com relação ao *Diário do Nordeste* essa relação com o poder político acontecia, quase sempre, de forma indireta. O proprietário do jornal, Edson Queiroz, foi associado ao banqueiro, industrial e suplente do senador Virgílio Távora, José Afonso Sancho, na direção do jornal *Tribuna do Ceará*. Este periódico fazia parte de um grupo de mídia ligado ao grupo político de um dos chamados coronéis cearenses: Virgílio Távora.

Ainda nessa relação, temos que uma das Filhas de Edson Queiroz é casada com o político e empresário Tasso Jereissati, governador do Ceará nos anos de 1987-1991 e entre 1995-2002.

No final de 1982 o jornal chegava ao número de sete mil assinantes, e em 1983 chegara a quinze mil; números superiores ao previsto pelo proprietário. Lançado com uma média de trinta páginas por edição, foi o primeiro jornal cearense a utilizar impressão colorida, dando grande destaque ao fotojornalismo, investindo na cobertura das notícias do meio político. O período da eleição de 1985 significou uma alavancada decisiva nas vendas do jornal, esgotando sua tiragem quase que diariamente. Na década de 1980, o jornal era editado com cadernos especializados nos temas: política, economia, cidade, esportes, regional, polícia, esporte, internacional e variedades.

As matérias políticas ocupavam sempre a primeira página e no editorial era destaque com muita frequência, apresentava reportagens especiais nos períodos de maior debate público sobre o tema, como foi no caso da eleição e morte de Tancredo Neves, das eleições diretas para prefeitura e governo do Estado.

Com o advento do chamado jornalismo investigativo na década de 1980, matérias políticas também ganhavam tom de investigação policial, levantando a bandeira em nome de uma função social da imprensa. Desta forma, a autopropaganda que o jornal realizava estava baseada na valorização de princípios como imparcialidade e honestidade, externando um discurso em que afirmava cumprir uma missão: “não só relatando fatos, expondo e debatendo idéias, traçando orientações, mas também analisando o comportamento e avaliando as ações dos que integram a comunidade e têm responsabilidades coletivas”. Traçar orienta-

ções significa planejamento na conduta das pautas, ter definidas as posições do jornal com relação aos diferentes assuntos tratados, servindo de norteadoras da escrita, tendo o entendimento de que a maneira como o leitor recebe a notícia influi na sua análise dos fatos.