



Manaus Moderna¹

Eustáquio Libório GOMES²
Alessandro Vasconcelos BANDEIRA³
Allan Soljenítsin Barreto RODRIGUES⁴
Faculdade Boas Novas (FBN), Manaus, AM

RESUMO

Dentre as funções sociais do jornalismo, encontra-se a tarefa de dar visibilidade a informações úteis para a população que possam melhorar seu cotidiano de alguma forma. O boletim “Manaus Moderna” se vale de técnicas do jornalismo utilitário para divulgar informações de forte interesse para os trabalhadores e frequentadores de uma das maiores feiras de Manaus com intuito de ajudá-los a vender produtos de qualidade e permitir que os compradores possam fazer as melhores escolhas.

PALAVRAS –CHAVE: Jornalismo utilitário, Feiras; abastecimento; Amazonas; Manaus Moderna.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, na modalidade Produção em Jornalismo Utilitário.

² Estudante líder do grupo e aluno do 5º curso de Jornalismo, e-mail: eustaquio.liborio@hotmail.com

³ Estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo, e-mail: a12bandeira@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo, e-mail: allan_soljenitsin@yahoo.com.br



INTRODUÇÃO

Manaus tem um pólo industrial instalado graças a incentivos fiscais proporcionados pelo decreto-lei 288/67. A implantação desse modelo decorreu das peculiaridades logísticas às quais está sujeita a cidade implantada no meio da floresta amazônica. No que diz respeito ao abastecimento de gêneros alimentícios, a capital do Amazonas enfrenta as mesmas dificuldades, já que 80% dos gêneros aqui consumidos provêm de outros Estados, principalmente de São Paulo. A enchente recorde ocorrida em 2009 agravou a problemática do abastecimento em Manaus sem que a mídia tenha oferecido ao público matérias ou reportagens mais profundas a fim de atender a demanda por informações sobre o aumento dos preços praticados no mercado local. A oferta de alimentos sofreu prejuízos que se prolongaram com o fim da enchente e a chegada do período de estiagem, enquanto a cobertura da imprensa foi insuficiente para situar o consumidor sobre as causas da baixa na produção e comercialização de alimentos na cidade.

OBJETIVOS

Objetivo geral:

- Proporcionar por meio do jornalismo utilitário informação sobre o abastecimento de Manaus a partir da maior feira da cidade instalada na área da Manaus Moderna;

Objetivos específicos:

- Demonstrar o funcionamento da Feira Manaus Moderna a partir do ponto de vista dos comerciantes ali instalados;

- Aferir o grau de satisfação dos consumidores com os produtos e serviços ofertados pelos permissionários da Feira;

- Checar as condições de higiene das instalações onde funcionam boxes e demais dependências da Feira Manaus Moderna.

JUSTIFICATIVA

No perímetro urbano de Manaus existem pelo menos nove feiras que distribuem gêneros alimentícios na cidade. A localização geográfica desses estabelecimentos comerciais, no entanto, indica forte concentração em apenas duas zonas: na zona sul estão instaladas quatro feiras (Manaus Moderna, Feira da Banana, Feira da Panair e Ceasa); em



seguida vem a zona leste com três estabelecimentos (Feira do Coroadó, Feira do Produtor e a Feira do Mutirão). A zona oeste tem duas feiras principais: a da Compensa e a da Alvorada. Além destes locais de venda de produtos alimentícios existe ainda a feira itinerante que, em dias alternados da semana, funciona na Praça 14 de Janeiro, Cachoeirinha, Parque 10 de Novembro e aquelas com serviços oferecidos somente no fim de semana, como a do Centro de Instrução e Guerra na Selva (Cigs) e a do Parque de Exposição Eurípedes Lins, na rodovia Torquato Tapajós.

O agravante é que essas feiras têm como ponto principal de aquisição de produtos para comercialização a Feira Manaus Moderna, daí a importância daquele centro de abastecimento para a população de Manaus.

De acordo com documentos oficiais publicados pelo governo federal como o Plano Amazônia Sustentável:

O setor agropecuário na Amazônia consiste de amplo leque de atividades da produção animal e vegetal, com distribuição desigual no território. Quase 60% da expansão total do setor entre 1970 e 1996, nos nove estados amazônicos, ocorreram no Pará, com 36%, e em Mato Grosso, responsável por 23%. Com a inclusão do Maranhão (14%), Rondônia (11%) e Amazonas (9%), explicam-se 90% do crescimento absoluto do setor agropecuário nesse período. (PAS, 2004, p. 31)

Como pode ser observado, o crescimento da produção agropecuária no Estado do Amazonas pode ser considerado residual se levarmos em conta que, em 26 anos, só houve expansão de 9%, enquanto o Estado do Pará conseguiu atingir 36%.

No caso específico do crescimento do rebanho bovino, no período de 20 anos, de 1983 a 2003, o crescimento no Amazonas foi de 4,4%. Na região Norte, o rebanho passou de 6,7 milhões de cabeças de gado para 17,7 milhões de reses.

A soma da produção familiar em várias regiões do Amazonas totaliza 29% da região Norte e está assim distribuída: Centro Amazonense, 12%; Baixo Amazonas, 6%; Sudoeste e Sul Amazonense, 4% respectivamente. O Vale do Juruá é responsável por 3% da produção familiar ocorrida em 1996. (PAS, 2004, p. 38)

É importante registrar que, em 2000, a região Norte tinha uma população de 14,2 milhões de habitantes, (com estimativa para 2007 de atingir 16,7 milhões), enquanto a



produção industrial de dois Estados, Amazonas, com 34%, e Pará, com 38%, totalizam 72% da região Norte.

As iniciativas para melhorar o abastecimento em Manaus passam por programas e projetos dos diversos órgãos nas três esferas da administração pública. No caso da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), entre as várias iniciativas para incrementar Arranjos Produtivos Locais (APLs) no Amazonas, se destacam a da produção de pescado com ênfase para:

Produção consorciada de Tambaqui e Pirarucu em sistema semi-intensivo em comunidade na Amazônia Ocidental; Desenvolvimento de Tecnologia de Couro do Peixe; Laboratório de Alevinos em Urucará; Entrepasto de Salga de Pescado no município de Fonte Boa (Suframa, apes. PP)

Os investimentos da Suframa prevêm a construção de agroindústria para produção de fécula de mandioca nos municípios do Careiro-Castanho e Manaquiri, assim como casas de farinha em Presidente Figueiredo. Ainda em relação aos APLs, a Suframa também apóia iniciativas voltadas para a produção da polpa, extratos e concentrados de frutas regionais nos municípios de Manacapuru, Careiro da Várzea, Anori, Beruri, Rio Preto da Eva e Presidente Figueiredo. A autarquia também estuda a estruturação da cadeia produtiva do cupuaçu e a sustentabilidade da agroindústria do açaí em Codajás.

No âmbito da administração estadual, de acordo com a mensagem governamental apresentada aos deputados na Assembleia Legislativa do Estado e que sintetiza o período de 2003 a 2009, o valor dos contratos efetivados por instituições como Banco da Amazônia, Banco do Brasil e Agência de Fomento do Estado do Amazonas (Afeam), passaram de R\$ 16,47 milhões no início do período, para R\$ 38 milhões no exercício de 2009.

A compra de sementes de culturas como milho, feijão, arroz, hortaliças, malva e juta atingiu, em 2009, o montante de R\$ 6,21 milhões, com a distribuição de 745 toneladas. A aquisição de mudas, em 2009, abrangeu nove variedades de banana e ainda pupunha, guaraná e cítricos, totalizando 800 toneladas, ao custo de R\$ 3,36 milhões.

As iniciativas do governo do Estado em 2009, conforme a publicação oficial, passa também pela distribuição de 392 grupos geradores, 6.000 rabetas, 2.000 fornos para casas de farinha, mil cevadores, 6.168 kits ferramenta e 2.012 kits pescador.



A produção de culturas industriais em 2008, atingiu os seguintes valores:

- Pupunha: palmito 905 toneladas e cinco milhões de cachos, com área plantada de 3.018 ha;
- Juta e malva: 11.598 toneladas e 7.816 de ha plantada;
- Cana-de-açúcar: 365.983 toneladas de colmo e 3.981 toneladas de açúcar mascavo, área plantada de 6.49 ha;
- Guaraná: 766 toneladas com área de 7.615 ha plantados;
- Café: 5.510 toneladas e área plantada de 5.546 ha;
- Pimenta-do-reino: 351 toneladas com 169 ha;
- Urucum: 92 toneladas em 93 ha;
- Cacau: 1.054 toneladas em 1.103 ha.

A produção de mandioca, em 2008, foi de 289.517 toneladas de farinha em 97.594 ha plantados no Amazonas.

A fruticultura amazonense teve o seguinte desempenho em 2008:

- Cupuaçu: 18,49 milhões de frutos;
- Citros (limão, laranja e tangerina): 226 milhões de frutos;
- Açaí: 13,7 milhões de cachos;
- Banana: 11,83 milhões de cachos;
- Mamão Havaí: 16.897 toneladas;
- Coco: 15,5 milhões de frutos;
- Maracujá: 20.700 toneladas;
- Abacaxi: 41,65 milhões de frutos;
- Graviola: 983,2 mil frutos.

A área plantada nessas culturas, de acordo com o Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas (Idam), totalizou 42.755 hectares no exercício de 2008.

A produção de hortaliças em 2008 está assim distribuída no Amazonas:

- Repolho: 7.355 toneladas;
- Pimentão: 5.368 toneladas;
- Couve: 96,64 milhões de maços;
- Alface: 12,84 milhões de pés;



- Melancia: 12,25 milhões de frutos;
- Cebolinha: 62,56 milhões de maços;
- Coentro: 8,09 milhões de maços;
- Jerimum, pepino, tomate, macaxeira, batata doce e berinjela: 104.136 toneladas. A área plantada com hortaliças totalizou 14.214 hectares em 2008.

No quesito referente à produção de grãos, na safra 2008/2009 o milho atingiu 28.129 t, o arroz ficou em 11.468 t e o feijão produziu 4.302 t, totalizando 43.899 toneladas em área plantada de 22.420 hectares.

A criação de animais destinados ao corte apresentava, em 2008, a existência de 1.438.629 cabeças no segmento de bovino/bubalinocultura; suinocultura: 104.328 animais; ovino/caprinocultura: 91.112 animais; avicultura (corte, postura e caipira): 2.500.784 animais; piscicultura: 7.026.630 peixes. No período 2008/2009, o setor que mais cresceu foi o de ovino/caprinocultura com expansão de 10,85%.

As informações acima deixam entrever a possibilidade de desabastecimento de gêneros alimentícios em Manaus, dada a baixa produção implementada no Amazonas, fazendo com que as condições que serviram para justificar a adoção do modelo zona franca, ao se perenizarem, tornam o Estado um importador líquido de alimentos de todas as espécies.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Entre os ancestrais do jornalismo surge, no Império Romano, ainda durante a Antiguidade Clássica, a *Acta Diurna*, relato das atividades diárias do Senado e registro da vida social e da política do império. O suporte utilizado, então, era o papiro que mantém sua hegemonia até a introdução do papel no Ocidente e passa a ser utilizado com intensidade depois de 1456.

Esse ano é um marco na história da civilização ocidental em função da criação, por Gutenberg, da impressão com o uso de tipos móveis. A publicação, em 1456, de sua primeira obra, A Bíblia, inaugura também a era da imprensa, até então reduzida às *letteri d'avisi*, manuscritas e distribuídas a partir de Veneza veiculava cotação, preços de mercadorias comercializadas pelos venezianos com outros povos, freqüência e destino de navios e outras informações de interesse mercantil.



Essa irmã mais velha do jornal, a *letteri d'avisi*, ganha periodicidade e, aliada à emergente indústria do livro, tornada possível com a introdução dos tipos móveis de Gutenberg e o uso do papel como suporte, possibilita, com o aproveitamento de aparas, o nascimento da imprensa, periódica, com as gazetas.

A origem do termo gazeta remonta à moeda utilizada em Veneza, no século XVI, a *gazzete*, preço cobrado por um exemplar do ainda manuscrito e depois impresso veículo de interesse mercantil. Os tipos móveis tornaram possível a impressão em maior escala das gazetas que também passaram a veicular outras informações direcionadas a políticos e comerciantes, além de notícias que atraíam o interesse da população.

A massificação do jornal, no entanto, só ocorre em 1833, nos Estados Unidos da América, quando o impressor Benjamin H. Day tem a ideia de lançar, na cidade de Nova York, o *New York Sun*, com o lema “Brilha para todos”.

O chamariz para atingir um público maior foi veicular “noticiário local, histórias de interesse humano e até descrições sensacionalistas de acontecimentos chocantes” (DEFLEUR, BALL-ROKEACH, 1997, p. 65).

O tratamento humorístico dado aos assuntos policiais que o *Sun* emprestava a seus textos logo se revelou a receita correta para atrair leitores recém-alfabetizados, que pagavam um *penny* pelo jornal, e anunciantes. Nascido em 3 de setembro de 1833, em dois meses o *Sun* já circulava com 2.000 exemplares. Vulgar, sensacionalista e ordinário, em 1837 o *New York Sun* distribuía diariamente 30 mil exemplares e ficou conhecido como o jornal do tostão. O sucesso junto aos leitores do *New York Sun* foi acompanhado pelo aumento de sua carteira de anunciantes que queriam fazer propaganda de seus produtos no jornal e nos seus imitadores, que logo surgiram.

Para Ciro Marcondes Filho, o jornalismo apresenta quatro fases em sua evolução: a pré-história, no período de 1631 a 1789, se sustenta pela economia elementar, é artesanal e tem o suporte com formatação de livro. Ao período seguinte, 1789 a 1830, Marcondes denomina de primeiro jornalismo. O conteúdo é literário e político, textos críticos, economia deficitária e é gerenciado por escritores políticos e intelectuais.

No período de 1830 a 1900, período do segundo jornalismo, surge a imprensa de massa e os jornalistas se profissionalizam, criam-se a reportagem e a manchete, a publicidade possibilita a sobrevivência dos jornais que se consolidam como empresas.



O terceiro jornalismo, 1900 a 1960, se caracteriza pela imprensa monopolista, grandes tiragens, influência das relações públicas e os grandes grupos editoriais monopolizam o mercado. A partir de 1960 surge o quarto jornalismo, com a adoção da informação eletrônica, uso da tecnologia em grande escala, mudança nas funções do jornalista, valorização das imagens, maior velocidade na transmissão de informações. Implanta-se a crise na imprensa escrita. (MARCONDES FILHO, 2000)

Ao longo dessa trajetória, o jornalismo obteve da sociedade o status de fonte de notícias de real valor social. Baseados em artigos, matérias e reportagens, as pessoas tomam consciência do mundo em que vivem. Segundo a hipótese de *agenda setting*, defendida por Mc Combs e Shaw (1972 In: Traquina, 2000) para grande parte da sociedade só aquilo que é dito pelos meios de comunicação realmente merece relevância na vida real. Um dos primeiros conceitos sobre o assunto, formulado por Cohen em 1963, resume bem o poder que o jornalismo tem de fazer pensar sobre determinados assuntos em detrimento de outros. "Embora a imprensa, na maior parte das vezes, possa não ser bem sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores sobre o que pensar" (McCombs e Shaw, 1972 In: Traquina, 2000, p.49).

Partindo dessa premissa e dos fundamentos do jornalismo utilitário que fundamentamos a produção do boletim informativo “Manaus Moderna”. Por meio deste instrumento de jornalismo utilitário, foi possível veicular notícias de interesse dos trabalhadores e dos clientes da feira Manaus Moderna.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Boletim Informativo da Feira Manaus Moderna é um produto que nasceu em sala de aula, como segundo boletim produzido pela turma do 4º período de Jornalismo da Faculdade Boas Novas e foi antecedido pela edição-piloto do Usuário e Transporte Coletivo, que tratava dessa temática dada a grande insatisfação da população com aquele serviço em Manaus.

O boletim Usuário e Transporte Coletivo publicou notícias sobre a qualidade do serviço de transporte coletivo e a dificuldade criada por medidas implantadas pela Prefeitura de Manaus com a finalidade de ‘organizar’ a venda do passe estudantil na cidade.



A publicação trazia, ainda, uma seção de notas, a “Carona da Notícia” e uma crônica. Temática, todos os textos tratavam da questão do transporte coletivo e, principalmente, da má qualidade do serviço. Já o Boletim Informativo da Feira Manaus Moderna, que também é temático, foi produzido ao longo de visitas que os acadêmicos fizeram à Feira, em sábados alternados, para colher depoimentos e fazer as imagens que foram publicadas na edição.

O boletim faz parte das publicações classificadas, no jornalismo utilitário. Se bem produzido, pode ser o fator diferencial na comunicação direcionada a vários públicos. O canal de comunicação utilitária pode ser apresentado em formatos diferenciados:

- Revistas, quando a periodicidades é superior a um mês;
- Jornais, que deve ter periodicidade mensal, e
- Boletim que deve ser utilizado para periodicidade quinzenal ou inferior a um mês.

CONSIDERAÇÕES

A dificuldade de obter gêneros alimentícios de boa qualidade em Manaus é problema tão sério que até restaurantes de alto luxo a sentem. A alternativa usada pelas pessoas com maior poder aquisitivo é comprar em estabelecimentos que garantem a qualidade, mas cobram um preço bem maior, acima das possibilidades de consumo da maioria da população.

A integração das políticas públicas das três instâncias de governo poderia ser uma maneira de enfrentar a situação e oferecer incentivos para que o caboclo seja fixado em sua terra e tenha condições de produzir e escoar a produção de gêneros alimentícios.

Não é novidade para quem visita o interior do Amazonas encontrar a produção colhida, seja de abacaxi, banana, hortaliças e legumes se estragando pelo simples fato de não ter como levar o produto do local onde é colhido, para os centros consumidores.

REFERÊNCIAS

AMAZONAS, Governo do Estado do. **Mensagem do governador Eduardo Braga à Assembleia Legislativa Síntese 2003-2009**. Manaus: Governo do Estado, 2010

INTEGRAÇÃO NACIONAL E MEIO AMBIENTE, Ministérios. Plano Amazônia
_____Sustentável – PAS. Disponível em:



<http://comissao.amazonianet.org.br/pub/publicacoes/d2b12f44dac5cad8b133fd0d7e9357d0.pdf>. Acesso em 09/04/2010.

FERRARETTO, Elisa Koplin e Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa Teoria e Prática**. 5ª ed., São Paulo: Summus, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Saga dos Cães de Guerra**, A. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. 4ª ed., São Paulo: Alínea, 2004.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2ª. ed., São Paulo: Contexto, 2008.

SUFRAMA, Superintendência da Zona Franca de Manaus. **Ação da Suframa no Apoio aos APLs dos Estados da Amazônia Ocidental**. Apres. Power Point na 4ª Conferência Brasileira de APLs. Brasília, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e Planos de Comunicação**. 2 ed., São Paulo: Atlas, 2009.