

**XXVII Encontro Anual da ANPOCS.**

**GT09 – MÍDIA E POLÍTICA: OPINIÃO PÚBLICA E ELEIÇÕES**

**Sessão 3 – Mídias, Pesquisas e Eleições: estudos de casos.**

**Coordenadores: Marcus Figueiredo – IUPERJ**

**Vera Chaia – PUC/SP**

**Flávio Silveira – PUC/RS**

***Rádio e Eleições 2002  
no Estado de São Paulo***

Vera Chaia,  
Helena do Val e  
Julia Nepomuceno

## *Índice*

<b>Introdução</b>	p.03
<b>1: <i>Eleições 2002 em São Paulo</i></b>	p.4
<b>2: <i>Rádio e Eleições 2002 em São Paulo</i></b>	p.8
<b>2.1: <i>Temas da Campanha</i></b>	p.8
<b>2.2: <i>Rádio Eldorado e a Cobertura Eleitoral</i></b>	p.12
<b>2.3: <i>Rádio Jovem Pan e a Cobertura Eleitoral</i></b>	p.17
<b>2.4: <i>Rádio Bandeirantes e a Cobertura Eleitoral</i></b>	p.20
<b>2.5: <i>Rádio CBN e a Cobertura Eleitoral</i></b>	p.22
<b>3: <i>A Fala</i></b>	p.24
<b>Conclusão</b>	p.30
<b>Bibliografia</b>	p.32

# *Rádio e eleições 2002 no estado de São Paulo*

Vera Chaia, Julia Nepomuceno e Helena do Val \*

## *Introdução*

A política ganhou um novo caráter com o surgimento da mídia, pois sua visibilidade passou a ser mediada pelos meios de comunicação, fazendo até com que os políticos passassem a depender dela para se manterem e se destacarem na vida pública. A mídia mudou também a relação entre os candidatos e os eleitores, porque a relação que antes precisava da presença física de ambos e permitia uma comunicação de mão dupla, agora é intermediada pelos meios e de mão única.

O presente trabalho tem como objetivo analisar a relação existente entre o rádio e o processo eleitoral, acompanhando as eleições estaduais de São Paulo no ano de 2002, e o modo como as informações a respeito deste período chegam aos ouvintes/eleitores. Para isso estudamos as rádios AM: Eldorado, Jovem Pan, Bandeirantes e CBN, durante os meses eleitorais (de Julho a Outubro). Foi realizado um recorte para coleta de dados: 15 fitas, todas transcritas, que privilegiou os jornais matutinos de terça e quinta-feira, pois repercutiam os programas eleitorais dos candidatos ao governo do estado – realizado nas segundas e quartas-feiras à noite -, e também por ser o período da manhã o horário nobre do rádio. Foram feitas também comparações com o estudo anterior sobre as eleições municipais de 2000, para verificar as diferenças de uma cobertura para a outra. Além disso, para melhor compreensão da cobertura radiofônica foram solicitadas, por e-mail, entrevistas aos jornalistas responsáveis pela área de política nacional. Entre as rádios estudadas não obtivemos nenhuma resposta, apenas o jornalista Álvaro Bufarah da Radiobrás se disponibilizou para responder algumas questões.<sup>1</sup>

O rádio, assim como outro meio de comunicação, desempenha um papel social por ser responsável pela divulgação de informações a partir das quais decisões políticas poderão ser tomadas. Portanto esperamos, através desta pesquisa, ampliar a discussão sobre

---

\* Vera Chaia, profa da PUC-SP e pesquisadora do NEAMP; Julia Nepomuceno e Helena do Val, pesquisadoras do NEAMP.

<sup>1</sup> O jornalista da CBN, Heródoto Barbeiro, já havia respondido algumas questões anteriormente em workshop realizado pelo NEAMP em 2001 na PUC-SP.

a importância da mídia no processo eleitoral, em especial o rádio, que continua sendo um veículo popular de grande alcance.

Segundo Manin, a identidade partidária e ideológica não são mais decisivas na hora do voto, já que o debate político é pautado pela agenda da mídia, fazendo com que o eleitor vote “(...) de acordo com os problemas e as questões postas em jogo em cada eleição”.<sup>2</sup> Essa *democracia do público*, baseada na interação via meios de comunicação, entre o candidato e o eleitor, só é possível a partir de uma neutralização da mídia, através da qual “(...) as pessoas receberiam as mesmas informações sobre um dado assunto, a despeito de suas preferências políticas. Isso não significa que os assuntos ou os fatos – diferentemente dos julgamentos – sejam percebidos de maneira ‘objetiva’, sem distorções, mas simplesmente que eles são percebidos de maneira relativamente uniforme através de um amplo espectro das preferências políticas.”<sup>3</sup>

Através desta pesquisa pudemos perceber que a cobertura eleitoral foi mais neutra do que na disputa municipal em 2000, evidenciando ainda mais a *democracia do público*. “Aliás, a relação direta entre candidatos e eleitores provavelmente é uma das principais razões pela qual a cobertura das campanhas eleitorais é direcionada para os candidatos individuais, (em detrimento dos partidos e das diferenças programáticas), da mesma forma como a introdução e a difusão das pesquisas de opinião possivelmente explicam, (...) a perspectiva da ‘corrida de cavalo’ (*horse race*) adotada por praticamente todos os meios de comunicação de massa para cobrir as eleições”.<sup>4</sup> É importante lembrar que este processo de neutralização pode ter sido uma consequência das eleições casadas, o que fez com que a mídia concentrasse sua atenção nas eleições presidenciais.

### ***1. Eleições 2002 em São Paulo***

As eleições de 2002 foram marcadas pelo enfoque dado preferencialmente à disputa presidencial. Apesar de ser uma eleição “casada” (presidente, governador, senadores, deputado federal e estadual) a mídia destacou mais a sucessão de Fernando Henrique Cardoso e os temas que diziam respeito àquela eleição.

---

<sup>2</sup> Idem, p.32

<sup>3</sup> Idibem, p.30

<sup>4</sup> AZEVEDO, F., “Imprensa escrita”, p.15

Na avaliação de Heródoto Barbeiro, jornalista da CBN: “(...) Campanhas eleitorais onde você tem simultaneamente a eleição presidencial, (...) os temas nacionais tomam uma importância tão grande, mas tão grande, que você quase não fala da campanha do governador e praticamente não se fala nada da campanha dos deputados estaduais, federais e senadores”.<sup>5</sup>

Devido a essa questão da eleição casada, que reduz o espaço destinado à corrida estadual e também a limitações dos recursos financeiros, os candidatos de partidos políticos menores, chamados nanicos, acabam não tendo a mesma oportunidade do que os que estão em melhor colocação nas pesquisas, como comprova a fala de Barbeiro:

*“(...) Há o abandono de determinados candidatos minoritários, eu vejo, por exemplo, que muitas vezes os candidatos menores fazem críticas duras, dizendo: vocês não acompanham, vocês não dão notícias da gente, etc, etc. Bom, aí entra obviamente um conceito jornalístico de você achar, por exemplo, que o fulano pode e não tem importância e por esse motivo eu não vou acompanhar ou também por questões econômicas de limitação, dizer: olha, o máximo que eu posso fazer é acompanhar os três primeiros colocados, daí pra frente eu não tenho mais condições de acompanhar, sou obrigado a lançar mão de outras fontes que não a cobertura da reportagem que é a cobertura maior”.*

Essa eleição foi, portanto, centralizada nos candidatos Geraldo Alckmin, do PSDB, José Genoíno, do PT e Paulo Maluf, do PPB.

Alckmin candidato à reeleição, assumiu o cargo em 2001, depois da morte de Mário Covas. Sua campanha foi desvinculada da de José Serra e do governo Fernando Henrique Cardoso, como uma tentativa de desviar das críticas que estes sofriam. Além disso, houve um grande envolvimento da máquina do estado, veiculando propagandas oficiais e da mídia para divulgar as realizações e inaugurações do governo Alckmin. No primeiro turno o candidato obteve 38,28% dos votos válidos e, no segundo, obteve 58,64% dos votos válidos.

Já José Genoíno, do PT, vinculava toda sua campanha a do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, com esperança de que houvesse uma transferência de votos. Genoíno

---

<sup>5</sup> BARBEIRO, H., em workshop “Mídia e Marketing Político no Processo Eleitoral”, 24/08/01, PUC-SP

concorria ao seu primeiro cargo executivo, depois de consagrado como deputado federal. Sua candidatura foi relacionada algumas vezes, durante a campanha, à administração municipal de Marta Suplicy do PT, que estava naquele momento tendo problemas com a licitação da coleta de lixo na cidade de São Paulo, fato este aproveitado pela mídia para criticar sua gestão. Devido à questão da segurança ser um tema da agenda política, Genoíno também era alvo de comparações com Benedita da Silva, governadora do PT no Rio de Janeiro, que enfrentava dificuldades com o crime organizado. O candidato passou para o segundo turno com 32,45% dos votos válidos, mas perdeu o pleito para Alckmin obtendo 41,36% dos votos válidos.

O terceiro candidato de destaque nesta eleição foi Paulo Maluf, que teve uma exposição negativa por parte da mídia que o mostrava como um candidato arcaico e ultrapassado. Maluf vinha sofrendo um desgaste de sua imagem desde a eleição de Celso Pitta em 1996. Em 2000, quando concorreu à prefeitura de São Paulo e perdeu para a candidata Marta Suplicy do PT, muitos acreditaram ser o fim do malufismo, mas o candidato mostrou nesta última eleição que ainda tem um eleitorado fiel obtendo 21,37% dos votos válidos.

Os outros candidatos que participaram do pleito eleitoral foram: Carlos Apolinário do PGT; Fernando Moraes do PMDB que desistiu de sua candidatura no início da campanha sendo substituído por Lamartine Posella; Carlos Roberto Pittoli do PSB; Cabrera do PTB; Pinheiro Pedro do PV; Robson Malek do PRONA; Dirceu Travesso do PSTU; Ciro Moura do PTC; Levy Fidelix do PRTB; Roberto Siqueira do; Anai Caproni do PCO e Osmar Lins do PAN.

### Quadro 1 – Candidatos, Partidos e Total de Votos no Primeiro Turno

Número	Candidato	Partido	Total	% válidos
45	Alckmin	PSDB	7.505.486	38,28%
13	Genoíno	PT	6.361.747	32,45%
11	Maluf	PPB	4.190.706	21,37%
30	Apolinário	PGT	703.858	3,59%
15	Posella	PMDB	259.317	1,32%
40	Pittoli	PSB	216.369	1,10%
14	Cabrera	PTB	200.839	1,02%
43	Pinheiro Pedro	PV	52.068	0,27%
56	Malek	PRONA	38.545	0,20%
16	Travesso	PSTU	35.556	0,18%
36	Moura	PTC	17.854	0,09%
28	Fidelix	PRTB	8.654	0,04%
17	Siqueira	PSL	7.648	0,04%
29	Anaí	PCO	4.634	0,02%
26	Osmar Lins	PAN	3.418	0,02%

Fonte : TRE – SP

O total de votos neste turno foi de 21.568.214, sendo 892.383 brancos e 1.069.132 nulos e o número de abstenções foi de 4.087.339 eleitores.

### Quadro 2 – Candidatos e Total de Votos no Segundo Turno

Número	Candidato	Total	% válidos
45	Alckmin (PSDB)	12.008.819	58,64%
13	Genoíno (PT)	8.470.863	41,36%

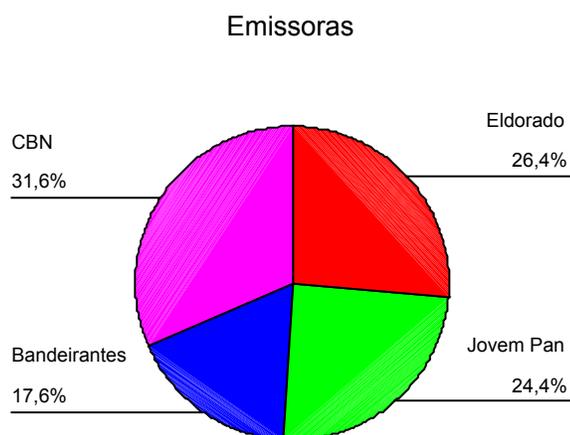
Fonte: TRE – SP

O total de votos no segundo turno foi de 21.493.289, sendo 366.408 brancos e 647.199 nulos. O número de abstenções foi de 4.162.264 eleitores.

## 2. Rádio e eleições 2002 em São Paulo

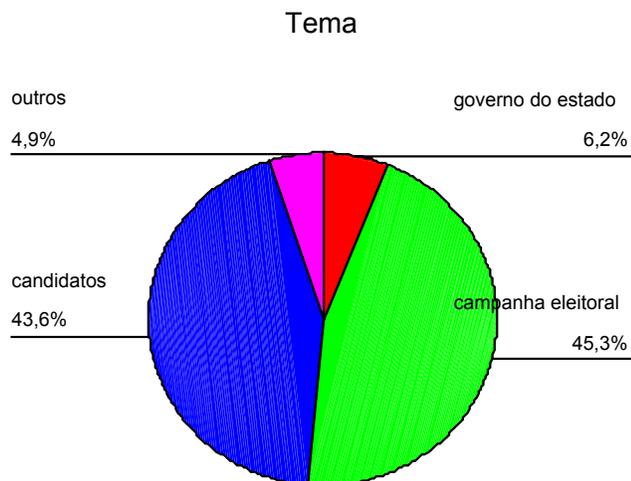
### 2.1. Temas da Campanha

Para compreendermos a cobertura dada pelo rádio ao processo eleitoral de 2002, estudamos quatro emissoras AM *all-news*, sendo elas: Eldorado, Jovem Pan, Bandeirantes e CBN. O número de fitas gravadas não foi o mesmo entre as emissoras, isto se deve a uma cobertura diferenciada entre elas. Como a diferença não é significativa, optamos por compará-las em suas coberturas das eleições estaduais.



A emissora que mais cobriu a eleição estadual foi a CBN, com 31,6%, seguida da Eldorado (26,4%), Jovem pan (24,4%) e Bandeirantes (17,6%).

Para viabilizar a pesquisa foi elaborada uma planilha na qual detalhavam-se os jornais e matérias transcritas e analisadas. Foi criada mais uma categoria de análise que não constava na pesquisa de 2000, a “Fala”, que será mais bem detalhada no item três. O material também foi dividido em temas e subtemas. Os temas mais recorrentes foram Campanha Eleitoral e Candidatos com 45,3% e 43,6% respectivamente, como mostra o gráfico abaixo.



Através dos dados obtidos pudemos observar que a cobertura não foi pautada na discussão dos problemas do governo do estado, já que este tema não foi um dos principais, mostrando que as emissoras possuem poucos espaços destinados à apresentação de propostas e debate dos problemas do estado. Dentro dos subtemas que remetem ao Governo do Estado, o mais abordado pelas emissoras e candidatos foi o da Segurança, questão que esteve muito presente nesta campanha devido às crises enfrentadas pelo governador e candidato a reeleição Geraldo Alckmin do PSDB e pelo espaço que este tema tem ocupado na mídia. Em consequência disso, a questão da Violência foi bastante mencionada, por estar diretamente relacionada às medidas e propostas de segurança. Nesta matéria da CBN, podemos ter um exemplo da importância deste subtema na campanha:

*“Locutor – A segurança será o fator determinante na disputa pelo governo de São Paulo. Isso foi confirmado pelo estudo da FIESP divulgado ontem. De acordo com o levantamento, 51% dos empresários ligados à entidade classificam o tema como prioritário na decisão do voto. O resultado ressalta o temor da população em relação à violência no estado e ao mesmo tempo explica o bom desempenho de Paulo Maluf e a estagnação de Geraldo Alckmin nas pesquisas eleitorais”.* (CBN – 16/07/02).

Outros subtemas de destaque dentro do tema campanha eleitoral, foram Pesquisa Eleitoral, Horário Eleitoral e Debate. As matérias em que apareciam as pesquisas, eram na grande maioria de pouca duração e pouco conteúdo, pois se limitavam apenas aos números sem nenhum tipo de análise do cenário eleitoral. Por exemplo:

*“Locutor 1 – Candidato do PSDB ao governo do estado, Alckmin, cresce três pontos percentuais e agora é líder na preferência do eleitorado.*

*Locutor 2 – Segundo a nova pesquisa Ibope, o tucano ultrapassou o pepebista Maluf, que perdeu dois pontos.*

*Locutor 1 – Alckmin aparece com 29%, Maluf com 28% das intenções de voto.*

*Locutor 2 – Como a margem de erro é de 2,5%, os dois estão tecnicamente empatados.*

*Locutor 1 – O candidato do PT, Genoíno, manteve um crescimento de três pontos e está com 19%.*

*Locutor 2 – Apolinário e Cabrera têm 2% cada e Ciro Moura 1%. Os votos brancos e nulos somam sete pontos percentuais.”(Eldorado – 17/09/02).*

Já as matérias sobre o Horário Eleitoral e Debate, em todas as emissoras, eram mais longas e continham trechos dos programas da televisão. Nestes momentos, pudemos observar que havia uma maior manifestação de opinião por parte dos apresentadores dos jornais, que se colocavam na posição de telespectadores, ironizando a troca de ataques entre os candidatos e as jogadas de marketing do horário eleitoral. A CBN comentou o debate ocorrido na Rede Globo:

*“Locutor - O governador Alckmin, candidato à reeleição, foi o alvo preferencial dos ataques dos adversários durante o debate entre os cinco principais candidatos na tv Globo. Líder nas pesquisas de intenção de voto, o tucano teve que responder sobre o índice de desemprego no estado, os problemas da violência, da segurança pública, da educação e da saúde. O encontro se arrastou por mais de 2 horas e foi marcado pelo tédio e pouco confronto. O embate mais forte se deu no quarto bloco, entre o candidato Maluf do PPB, segundo colocado nas pesquisas e do governador Alckmin”.(CBN – 03/10/02).*

Agenda do Candidato e Confrontos/Ataques foram os subtemas de destaque do tema Candidatos. As matérias sobre Agenda eram breves e monótonas, pois o repórter ou apresentador apenas relatava rapidamente os compromissos do dia de cada candidato, como mostra o exemplo abaixo:

*“Locutor – A quinta-feira dos candidatos ao governo do estado de São Paulo.*

*Repórter – Maluf grava pela manhã programas para o horário eleitoral, no início da tarde ele faz carreatas pela Zona Norte da capital. Alckmin não tem compromissos*

*públicos neste início da manhã, no início da noite ele se encontra com representantes do setor de tecnologia da informação na região oeste de São Paulo. Genoíno está em São Carlos onde tomou café da manhã com integrantes do setor do leite, e no período da tarde ele visita as cidades de Votuporanga, Rio Preto e Franca, também no interior do estado.”(Bandeirantes – 12/09/02).*

O subtema Apoios foi bastante utilizado no segundo turno, momento em que os dois candidatos disputavam os votos do eleitorado de Paulo Maluf principalmente:

*“Locutor 1- Genoíno considera bem vindo o apoio de Maluf.*

*Locutor 2 – O candidato do PT ao governo de São Paulo foi entrevistado nessa segunda-feira no programa Roda Viva da TV Cultura.*

*Locutor 1 – Genoíno fez questão de deixar claro que seu partido e Maluf têm divergências históricas e programáticas.*

*Locutor 2 – Mas destaca que o eleitor do pepebista é semelhante ao dele em um ponto: ambos se opõe ao governo do PSDB.*

*Genoíno – É claro que a declaração de voto de Maluf é boa, e é bom que todos os votos que foram de Maluf no primeiro turno agora venham para mim, porque na eleição do segundo turno, eu preciso de 50% mais um dos eleitores que votam em São Paulo. E no segundo turno nós temos uma aliança, uma aliança mais ampla, e nós estamos recebendo apoio, portanto, a declaração do voto de Maluf, e dos que seguem Maluf, é bom para a minha campanha, eu quero deixar isso muito claro “.(Eldorado – 22/10/02).*

Em Outros, os subtemas Utilidade Pública e Legislação Eleitoral referiam-se sempre às decisões do TRE e às mudanças que implicavam no curso da campanha. Estas matérias, apesar de mais técnicas, são, na nossa opinião, muito mais importantes para a formação de opinião da população do que, por exemplo, a Agenda dos Candidatos, que teve mais espaço nas rádios.

*“Locutor 1 – Procuradoria regional eleitoral de São Paulo emite à justiça parecer favorável ao pedido pelo PT para cassar a candidatura à reeleição do tucano Geraldo Alckmin.*

*Locutor 2 – A alegação é de que no programa da noite do último dia 16 Alckmin utilizou forma indevida e irregular serviços da administração pública.*

*Locutor 1 – O governador teria utilizado para a campanha automóvel, barco, helicóptero, combustível e policiais da administração pública em horário de expediente.*

*Locutor 2- O parecer foi encaminhado ontem ao juiz do TRE e a decisão deve sair ainda hoje.” (Jovem Pan – 26/09/02).*

**Tabela de Subtemas**

SUBTEMAS	Nº de CASOS	% de CASOS
transporte	1	0,3
violência	4	1,3
habitação	1	0,3
infraestrutura	3	1,0
estradas	2	0,7
desenvolvimento econômico	2	0,7
meio ambiente	1	0,3
conservação	1	0,3
política tributária	2	0,7
saúde	2	0,7
educação	3	1,0
segurança	9	3,0
cultura e lazer	1	0,3
pesquisa eleitoral	62	20,3
debate político	25	8,2
entrevistas com candidatos	10	3,3
resultados eleitorais	7	2,3
horário eleitoral	27	8,9
perspectivas eleitorais	18	5,9
alianças	14	4,6
apoios	31	10,2
confrontos/ataques	45	14,8
programa de governo	28	9,2
cotidiano	2	0,7
declarações	5	1,6
agenda dos candidatos	76	24,9
utilidade pública	13	4,3
governo Covas e Alckmin	1	0,3
legislação eleitoral	9	3,0
poluição visual eleitoral	1	0,3

Governo do estado
Campanha Eleitoral
Candidatos
Outros

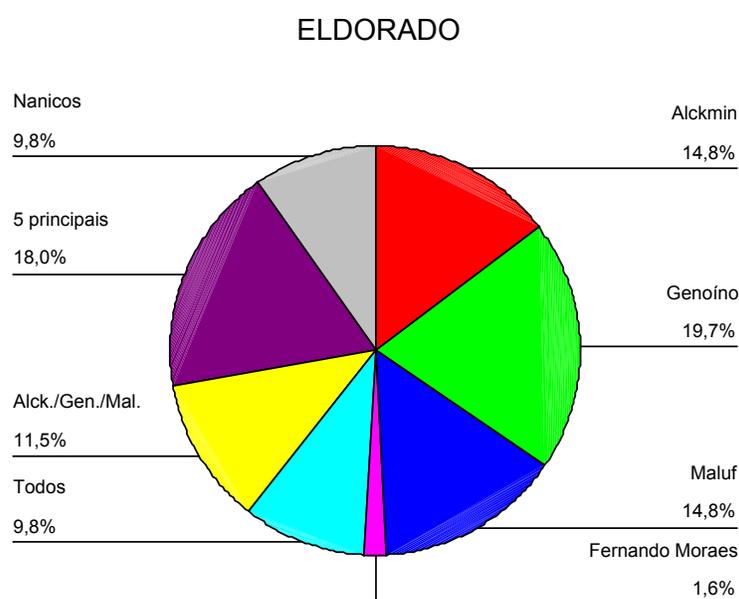
\* os subtemas que não apareceram na tabela não foram mencionados durante o período analisado.

## ***2.2 Rádio Eldorado e a Cobertura Eleitoral***

A Rádio Eldorado foi marcada nas eleições municipais de 2000 por uma cobertura informativa, mas com uma grande quantidade de matérias restritas, caracterizadas pelos ataques e ironias a Paulo Maluf. Essa postura, assim como a vinheta utilizada (“Eldorado

eleições 2000: hora de você dar o troco!”), foi abandonada na eleição de 2002, com a adoção de uma cobertura mais isenta, possivelmente em função da rigidez da legislação. Quanto aos recursos, a emissora continuou a utilizar repórteres e sonoras de políticos: 39% das matérias teve sonoras de candidatos, 29% foram matérias só com apresentadores e 26% tiveram a participação de repórteres.

No primeiro turno, entre os candidatos, José Genoíno do PT se destacou um pouco mais do que os outros candidatos, porém, a diferença foi mínima se comparado aos líderes nas pesquisas, e, portanto, não comprometeu a cobertura.



Alckmin apareceu mais em matérias sobre Pesquisa Eleitoral e Agenda dos Candidatos. Por exemplo:

*“Locutor 1 – O candidato tucano ao governo do estado comemora o bom desempenho nas últimas pesquisas.*

*Locutor 2 – Segundo o Datafolha, Alckmin subiu três pontos, chegando a 31% dos votos. Maluf caiu os mesmos três, passando para 29%.*

*Locutor 1 – O tucano disse que as pesquisas mostram também que a população paulista está avaliando melhor o governo do estado.*

*Locutor 2 – Alckmin garante, entretanto que não é hora de festa e sim de trabalho.*

*Alckmin – Pesquisa sempre é um estímulo, mas não é hora de comemorar, é hora de trabalhar, o importante é na urna. Estamos trabalhando bastante para ir pro segundo turno e aí sim, caminhar a passos largos para a vitória. As simulações de segundo turno são muito positivas, o importante foi ter aumentado a aprovação ao governo, esse é um fato importante, eu acho que é um reconhecimento do esforço que está sendo feito, não há mágica em administração pública, trabalho, trabalho, trabalho e eficiência.*

*Locutor 2 – O governador não acredita que a sucessão paulista seja decidida já no primeiro turno.*

*Locutor 1 – Alckmin visitou obras na estação Brás como governador, e depois, como candidato, caminhou pela região do Largo da Concórdia “(Eldorado – 24/09/02).*

A transcrição acima também exemplifica como a reeleição possibilitou que o candidato Alckmin aparecesse em situações diferenciadas, como governador e como candidato.

Podemos perceber que Genoíno apresentou mais propostas, pois apareceu em matérias que se referiam ao Programa de Governo.

*“Locutor 1 - O concorrente do PT ao governo do estado garante que, se eleito, a polícia paulista, será repressora.*

*Locutor 2 – Genoíno explica que não quer colocar a ROTA na rua e sim utilizar a força especial para casos específicos.*

*Locutor 1 – Segundo ele a proposta de ir com mais firmeza não contraria as idéias da legenda.*

*Locutor 2 – O candidato argumenta que acabar com a violência exige medidas enérgicas.*

*Genoíno – A nossa proposta é que segurança pública exige prevenção, inteligência e repressão, mas não é só a polícia, tem que ter a presença do estado na geração de empregos, de lazer, da cultura, do esporte, na educação. Fechar a torneira da violência e impedir que as pessoas entrem nela, e a pessoa que já entraram no crime, a gente precisa ter uma polícia preparada, organizada, que combine prevenção, inteligência e repressão, e repressão não é violência, não é guerra, não é morte, repressão é com ação, é a autoridade do estado”.(Eldorado – 05/09/02).*

O candidato do PPB esteve mais presente em matérias sobre Pesquisa, assim como quando apareciam todos os candidatos ou os três principais.

*“Locutor 1 – Os candidatos ao governo paulista Alckmin e Maluf subiram três pontos nas intenções de voto segundo a última pesquisa IBOPE divulgada ontem. Maluf está na liderança, com 35%, seguido por Alckmin, com 25%. Genoíno passou de 11% para 9%. Ciro Moura do PPC oscilou positivamente e está com 3%. Carlos Apolinário do PGT se mantém com 2%. Fernando Moraes, do PMDB, continua com 1%. Os votos brancos e nulos somam 9% e 15% dos entrevistados estão indecisos ou não responderam”.***(Eldorado – 13/08/02).**

Já as matérias que abordavam os cinco principais candidatos e os candidatos nanicos, se concentraram no subtema Agenda dos Candidatos.

*“Locutor 1 – O candidato do PPB ao governo do estado participa de encontros na cidade de Bauru. Maluf deve seguir ainda hoje para Ribeirão Preto onde concederá uma entrevista coletiva. Antonio Cabrera, da Frente Trabalhista vai passar o dia em Rio Claro, ele se reúne com lideranças políticas e órgãos da imprensa local. O candidato do PT ao governo andou ontem pelas ruas de São Joaquim da Barra e Sales Oliveira, também no interior. Segundo Genoíno, a principal estratégia de campanha dele para conseguir votos é a campanha de rua. O governador Alckmin permaneceu ontem em São Paulo, onde andou pela Rua 24 de março. O tucano candidato à reeleição, visita hoje o bairro da Vila Nova Cachoeirinha, na Zona Norte da cidade. O peemedebista Fernando Moraes, visita nesta quinta-feira à cidade de São José dos Campos, ele terá encontros com lideranças e comerciantes da região”.***(Eldorado – 01/08/02).**

No segundo turno, houve uma diferença de espaço a favor de Genoíno, que apareceu em 57,7% das matérias, enquanto seu adversário esteve presente em 42,3%. As aparições do candidato do PT foram marcadas por Confrontos e Pesquisas Eleitorais:

*“Locutor 1 – Genoíno garante que está tranqüilo e comenta o que ele considera desespero do adversário.*

*Locutor 2 – O petista diz que Alckmin se beneficia do discurso terrorista de Serra, mas evita apresentá-lo nos programas eleitorais do rádio e da televisão.*

*Repórter – Genoíno diz que nada vai mudar na reta final desta campanha. O PT continuará destacando o que, na avaliação do candidato, seriam as fraquezas do governo Alckmin.*

*Genoíno – Nós vamos fazer uma campanha afirmando o nosso programa e mostrando como o nosso programa é diferente do programa do nosso adversário. Vamos mostrar que o que nosso adversário faz na televisão, eu já chamei, é Geraldolândia, é um estado que não existe e aparece apenas na televisão e no seu programa eleitoral. Moradia popular, 37 mil casas e filma toda ela e mostra na televisão, quando o déficit, a falta de casas em São Paulo é de um milhão e 100 mil, é isso que nós vamos mostrar, moradia, desemprego, segurança. Ele pinta um quadro da segurança em São Paulo que quando as pessoas abrem a porta não vêem, até porque não podem botar a cabeça pra fora por causa das grades, é nisso que a gente vai mostrar a diferença entre o nosso projeto e o projeto do governo “. (Eldorado – 22/10/02).*

As aparições de Alckmin abordaram mais temas, como Pesquisa Eleitoral, Debate Político, Apoios, Confrontos/Ataques e Programa de Governo:

*“Locutor 1 – O candidato à reeleição Alckmin, recebe o apoio de vários sindicatos ligados a Força Sindical e do PTB paulista.*

*Repórter – O presidente da Força disse que pretende levar outras centrais sindicais para a campanha de Alckmin.*

*Paulo Pereira da Silva – A partir deste momento a idéia é que a gente possa, não só a Força Sindical, mas também atrair outras e fazer todo um trabalho nas portas das fábricas, nas empresas, nos escritórios, shopping centers.*

*Repórter – Alckmin considerou este apoio como o mais importante de todos.*

*Alckmin – Este apoio é fundamental, não pode ter um apoio mais importante do que o apoio dos trabalhadores, através das suas lideranças sindicais, é o apoio mais relevante que eu estou recebendo”. (Eldorado – 10/10/02).*

Em comparação com a eleição de 2000, podemos perceber que a emissora concentrou sua cobertura em matérias que tratavam da Agenda dos Candidatos e suas posições nas pesquisas. Esse tipo de informação é importante, mas ocupou um espaço que poderia ter sido dividido com debates sobre os problemas do estado. Houve troca de ataques, porém, desta vez, em menor escala e menos pautada em ofensas pessoais, como

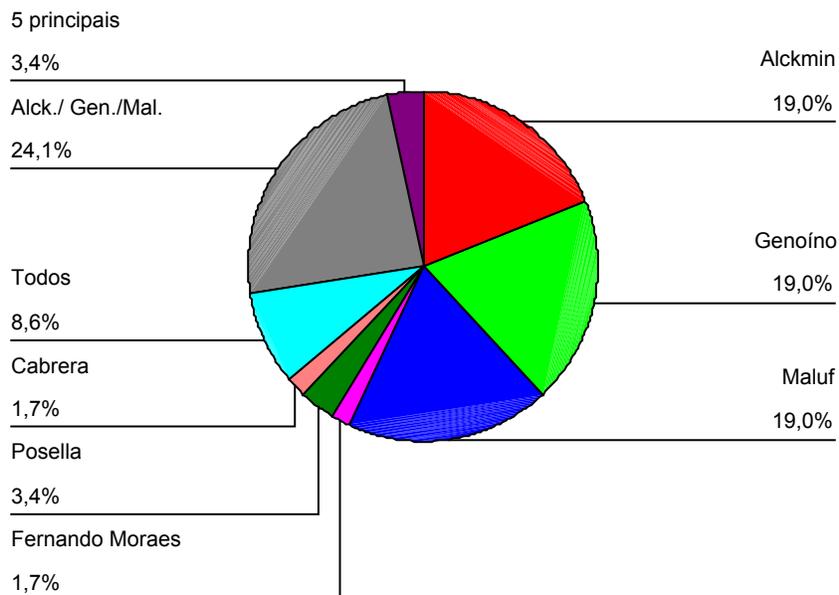
ocorreu nas eleições municipais. Acreditamos que o espaço para propostas deveria ser maior, mas ressaltamos que as mudanças ocorridas de uma eleição para outra são importantes para o processo decisório e devem ser mantidas e ampliadas.

### ***2.3 Rádio Jovem Pan e a Cobertura Eleitoral***

Em 2000 a Jovem Pan fez uma cobertura crítica das eleições, marcada pelo descrédito na política e suas instituições. A constante participação de comentaristas realçava este caráter opinativo da emissora. Já nesta eleição os comentaristas perderam espaço, apareceram em apenas 3% das matérias, e os repórteres ganharam, 19%. Houve a introdução de uma vinheta, cujo conteúdo alertava o eleitor para a importância do voto: “Eleições 2002 na Jovem Pan: não vote no escuro na hora da eleição!”. As matérias episódicas continuaram predominantes, porém as avaliativas diminuíram em mais da metade (de 29% em 2000 para 13,3% em 2002) com a saída dos comentaristas. Devido a este mesmo motivo a cobertura foi mais informativa (84%) e menos interpretativa (14,7%) por parte dos apresentadores.

O primeiro turno mostrou os três principais candidatos com o tempo igual de aparição (19%), diferentemente da eleição municipal em que Erundina e Maluf se destacavam, sendo que a primeira muitas vezes como alvo de ataques.

## Jovem Pan



No segundo turno os candidatos não apareceram de forma igual, Genoíno apareceu em 64% das matérias, enquanto Alckmin apareceu em apenas 36%. No entanto, apesar desta diferença, o subtema mais mencionado em ambos os casos foi Apoios.

Assim como a rádio Eldorado, a Jovem Pan também mudou sua cobertura. As opiniões dos apresentadores diminuíram, deixando mais espaço para notícias e propostas de candidatos. Mas devemos ressaltar que apesar das poucas manifestações por parte dos profissionais desta emissora, a Jovem Pan ainda é a única que repete um discurso crítico à política e suas bases, beirando o descrédito e desconfiança nas instituições, como podemos notar através destas matérias sobre o horário eleitoral:

*“Vinheta – Eleições 2002 na Jovem Pan: não vote no escuro na hora da eleição”.*

*Locutor 1 – Tartaruga é a estrela do horário eleitoral de Maluf na campanha para o governo paulista.*

*Locutor 2 – Bicho com olhos melancólicos se arrasta vagarosamente.*

*Locutor 1 – A tartaruga representa o governo de Alckmin e também do presidente Fernando Henrique.*

*Locutor 2 – Maluf diz que os tucanos estão no governa a oito anos e está tudo em ruínas.*

*Locutor 1 – Assim, é um disparate ainda planejarem mais quatro anos de administração.*

*Locutor 2 – Sobrou até para o presidente da república, colocado no casco da tartaruga e que não vê a hora de cair em algum lugar.*

*Locutor 1 – De terno de linho branco e gravata cor de abóbora, Maluf garantiu que se for eleito fará o maior governo de sua vida.*

*Locutor 2 – Alckmin, por seu lado, tenta usar a linguagem dos jovens para falar de si e de seu governo.*

*Locutor 1 – Diz que seu programa na educação será voltado para a moçada, à rapaziada que batalha na periferia e precisa de uma força.*

*Locutor 2 – Alckmin fala das escolas estaduais de São Paulo como Serra fala dos hospitais públicos no país.*

*Locutor 1 – É tudo uma imensa maravilha, uma imensa maravilha...*

*Locutor 2 – Já o programa do PMBD destinado ao candidato a governador, Lamartine Posella, é quase todo utilizado por Quéricia.*

*Locutor 1 – O candidato peemedebista, Lamartine, existe, mas é como se não existisse.*

*Locutor 2 – Lamartine some da televisão da maneira como aparece: quase ninguém percebe.*

*Locutor 1 – O candidato do PT, José Genoíno, por sua vez se esforça para convencer e até convence, só que de bem intencionados o inferno está cheio.*

*Locutor 2 – Ontem ele falou sobre a educação do estado, desmentindo todas as maravilhas ditas por Alckmin.*

*Locutor 1- Genoíno se mostra escandalizado com adolescentes que não sabem nem ler nem escrever, embora cursem a 5ª série.*

*Locutor 2 – O candidato petista promete que vai acabar com a aprovação automática para recomençar uma reforma no ensino.*

*Locutor 1 – Já Cabrera, do partido de Ciro Gomes, não tem muito a prometer.*

*Locutor 2 – De qualquer maneira ele diz que se for eleito voltará a levar leite para as crianças e para os idosos.*

*Locutor 1- Cabrera lembra que fazia isso quando foi secretário de agricultura de Covas.*

*Locutor 2 – No fim do horário do candidato, um palhaço com rosto pintado de vermelho pergunta: “E agora Geraldo? E agora Serra?”.*

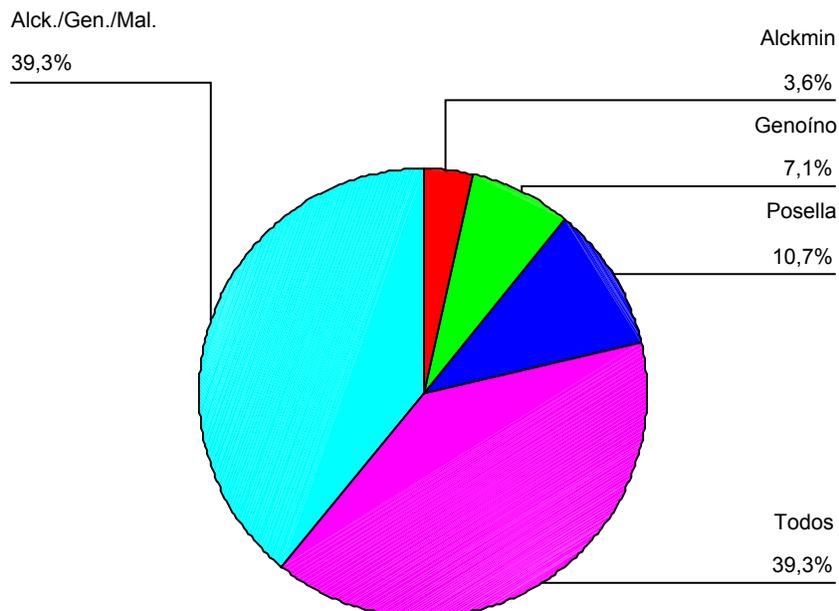
*Locutor 1 – Tristemente o palhaço diz com melancolia que o Brasil não pode continuar assim, e o palhaço está coberto de razão.” (Jovem Pan – 05/09/02)*

#### ***2.4 Rádio Bandeirantes e a Cobertura Eleitoral***

Esta emissora foi caracterizada por uma cobertura informativa e episódica, 83% e 76% respectivamente. Os recursos mais utilizados foram Repórter (35%) e Sonoras Políticos (27%), apesar do grande número de matérias que contavam apenas com o Apresentador (29%).

A Bandeirantes no primeiro turno das eleições deu preferência a matérias mais gerais, que tratavam de todos os candidatos ou dos três principais, ao invés de matérias sobre um só candidato, o que talvez tenha sido uma opção da emissora para cumprir a legislação eleitoral e não privilegiar nenhum candidato. Podemos notar através do gráfico abaixo que o candidato Lamartine Posella foi o que mais apareceu individualmente, isto se deve ao fato de ter entrado no meio da corrida eleitoral para substituir Fernando Moraes, desistência muito noticiada pela mídia, em especial pela rádio Bandeirantes.

## Bandeirantes



Todas as matérias em que Posella apareceu foram sobre Horário Eleitoral e Confrontos/Ataques, já que o motivo da saída de seu antecessor foi um desentendimento sobre a propaganda no rádio e na televisão.

Quando as matérias tratavam de todos os candidatos os subtemas mais abordados foram Pesquisa Eleitoral, Debate Político e Perspectivas Eleitorais. As pesquisas, assim como na Eldorado, foram constantemente utilizadas, ressaltando as matérias com mais candidatos por divulgarem a posição de cada um. O debate teve um grande destaque na Bandeirantes pelo fato da emissora ser vinculada a uma rede de televisão que transmitia o encontro entre os candidatos e por ser alvo de críticas de alguns apresentadores que o consideravam entediante, como mostra a citação abaixo:

*“Locutor – Faltam 40 dias para o primeiro turno das eleições e ontem houve debate na Rede Record. Alckmin e Genoíno compareceram, e mais uma vez Maluf não foi pelo grande número de entrevistados e também não compareceram os candidatos Malek e Siqueira. E eu agüentei assistir ao debate até o momento em que o governador Alckmin fez*

*uma pergunta sobre cultura ao candidato Pittoli. Ah, aí eu fui dormir”.* (**Bandeirantes – 27/08/02**).

O subtema Perspectivas Eleitorais também apareceu bastante por estar relacionado à Pesquisa e ao Debate, pois conforme o desempenho de cada candidato a disputa poderia ser alterada, modificando o cenário eleitoral. Agenda e Pesquisa também apareceram quando se tratou dos três principais candidatos, assim como aconteceu nas outras emissoras.

No segundo turno Alckmin teve um espaço bem maior do que Genoíno, 65,5% contra 34,5%. Alckmin apareceu algumas vezes concedendo entrevistas, mas devemos lembrar que talvez devido à nossa amostragem podemos ter deixado entrevistas ocorridas em outros dias da semana de fora. Outros tópicos abordados em matérias sobre o candidato tucano foram Apoios, Confrontos/Ataques e Debate, e nas matérias do candidato petista Apoios e Debates.

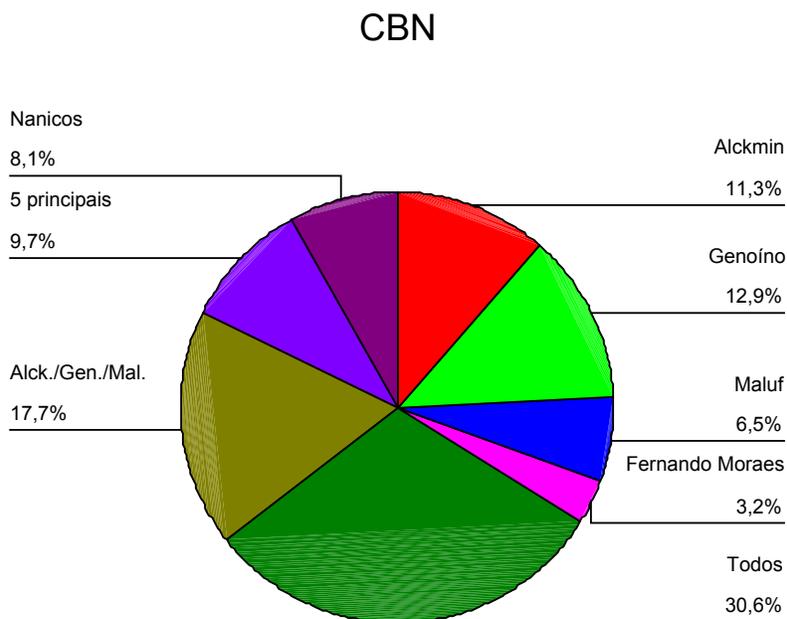
Pudemos perceber que a rádio Bandeirantes optou por uma cobertura mais neutra, com matérias que abordavam mais candidatos e sem expressar opinião sobre nenhum deles, embora nestas duas matérias citadas anteriormente o repórter tenha provocado os candidatos Alckmin e Genoíno a se posicionarem sobre a opção política de Maluf em apoiar o candidato do PT. No entanto, quando se tratava dos momentos de debate as críticas aumentavam, revelando – como em outras emissoras - uma descrença na discussão pública e na troca de idéias entre políticos, e que podem ajudar o eleitor a se decidir e, portanto, devem ser estimuladas e não combatidas com críticas pessoais.

### ***2.5 Rádio CBN e a Cobertura Eleitoral***

A CBN se diferenciou das outras emissoras pelo maior número de entrevistas, não só com candidatos, mas também com políticos em geral e especialistas. A rádio contou também com um jornalista do Diário de S. Paulo, da Organização Globo, que era entrevistado diariamente e opinava sobre o curso da campanha e os fatos em destaque na mídia.

Isso explica o alto índice de matérias Avaliativas, 21,6%, e também das Entrevistas, 23%. Além disso, houve um grande uso de Repórteres (26%) e de Sonoras de Políticos (23%), apesar de 25% das matérias serem apenas com um apresentador em estúdio. A cobertura no geral foi Episódica (50%) e com Apresentadores Informativos (81,4%).

Esta emissora optou no primeiro turno por matérias em que apareciam todos ou os três primeiros candidatos. Nas individuais Alckmin e Genoíno tiveram um espaço aproximado, enquanto Maluf saiu prejudicado, com quase metade do espaço dedicado aos seus adversários. A emissora se destacou pela série de entrevistas com candidatos, inclusive os com menores índices nas pesquisas, representados no gráfico pela categoria Nanicos, pois individualmente apareciam em torno de 1% das matérias. Acreditamos que apesar desta postura democrática da CBN muita desses candidatos estão em partidos políticos que se constituem apenas em legendas de aluguel e, ao invés de usarem o espaço para apresentarem seus programas de governo apenas criticam outros candidatos.



As matérias em que apareciam todos os candidatos mostravam a Agenda do dia, e as que mencionavam os três primeiros candidatos, Alckmin, Genoíno e Maluf, mostravam suas posições nas Pesquisas Eleitorais e os desdobramentos da campanha através das Perspectivas. Alckmin e Genoíno também tiveram suas aparições concentradas na Agenda, e o candidato do PSDB teve algumas menções referentes à Utilidade Pública, pois no início da campanha houve um pedido de impugnação de sua candidatura. O representante do PT teve um índice mais significativo que seus concorrentes no subtema Programa de Governo, e também deu algumas entrevistas, assim como Paulo Maluf.

No segundo turno o tempo destinado aos candidatos foi similar, mas com uma diferença a favor de Genoíno, que apareceu 55,5% das vezes, enquanto seu adversário apareceu 44,5%. A emissora centralizou a temática do segundo turno em torno dos Debates, inserindo trechos durante os programas.

A CBN foram à emissora que mais abriu seu espaço para a discussão de idéias, através das entrevistas com candidatos, dos comentários diários do jornalista convidado e de outras entrevistas com membros dos partidos concorrentes e cientistas políticos. Acreditamos que estas discussões inovam a cobertura dada pelas rádios e ajudam os ouvintes a se situarem melhor no cenário eleitoral, pois ao invés de se ouvir apenas um jornal com os fatos do dia, há sempre uma reflexão sobre o contexto político. Apesar disso ressaltamos que nem todos os candidatos sabem utilizar este espaço para debater suas propostas, e muitas vezes se perdem em críticas e ataques a outros candidatos.

### ***3. A Fala***

Um dos instrumentos mais importantes do rádio é a fala, pois é somente através dela que a informação chega ao ouvinte, diferentemente da televisão que conta com o auxílio de imagens para ilustrar os fatos e também com a própria expressão facial e gestual dos apresentadores. A partir da pesquisa sobre a cobertura das eleições de 2000 pelo rádio, percebemos a importância das diferentes formas de entonação na transmissão das notícias. Muitas matérias, apesar de terem um texto neutro, eram apresentadas com entonações irônicas, o que transformava totalmente o seu sentido. Assim, decidimos incluir a categoria Fala em nossa nova análise, e criamos seis subitens: Neutro, fala sem alteração de ritmo e

volume na voz; Ironia, fala marcada por uma pequena pausa e mudança de entonação no meio da notícia, enfatizando um aspecto negativo; Indignação, fala com volume mais alto de voz e mais incisiva na crítica, conotação negativa; Entusiasmo, fala com volume de voz mais alto, conotação positiva; Drama, fala mais grave e mais lenta, geralmente acompanhada por fundo musical e Decepção, fala pessoal crítica sem alteração de volume e ritmo da voz.

Os poucos estudos que encontramos nesta área eram da Fonoaudiologia. Para compreendermos este tipo de análise entramos em contato com a Profª. Dra. Leslie Piccolotto, da PUC-SP que estuda a questão da voz nos meios de comunicação. Apesar dos termos muito técnico utilizado na bibliografia sugerida pela professora, consegue extrair dados importantes para uma melhor compreensão da utilização da voz no rádio.

Durante a fala, diversos recursos vocais são utilizados e os locutores, aproveitando-se desses recursos procuram prender a atenção do ouvinte. Segundo Knapp e Hall, no livro “Comunicação não-verbal na interação humana”, a variação da voz em ritmo e volume aumenta a compreensão do ouvinte e, conseqüentemente, atribui mais credibilidade e persuasão à fala do locutor. Este caráter persuasivo produz resultados em certos tipos de ouvintes que se deixam convencer e influenciar em médio prazo. Segundo o jornalista Álvaro Bufarah da Radiobrás, “um bom comunicador de rádio faz do microfone uma arma, emprestando às suas palavras a credibilidade conquistada com anos de trabalho”.<sup>6</sup>

O envolvimento do profissional do rádio com a voz é o que possibilita, portanto, o envolvimento do ouvinte. Ao modificar a entonação de sua voz o locutor transmite seu sentimento e, ao intensificar determinadas palavras ou frases, captura o ouvinte de modo que ele não possa ficar indiferente à sua fala. “As mudanças no estado emocional, por sua vez, resultam em mudanças na respiração, fonação e articulação, que levam então a uma mudança no sinal vocal. Dessa forma os ouvintes podem inferir sobre o estado emocional do falante por meio do sinal vocal”.<sup>7</sup>

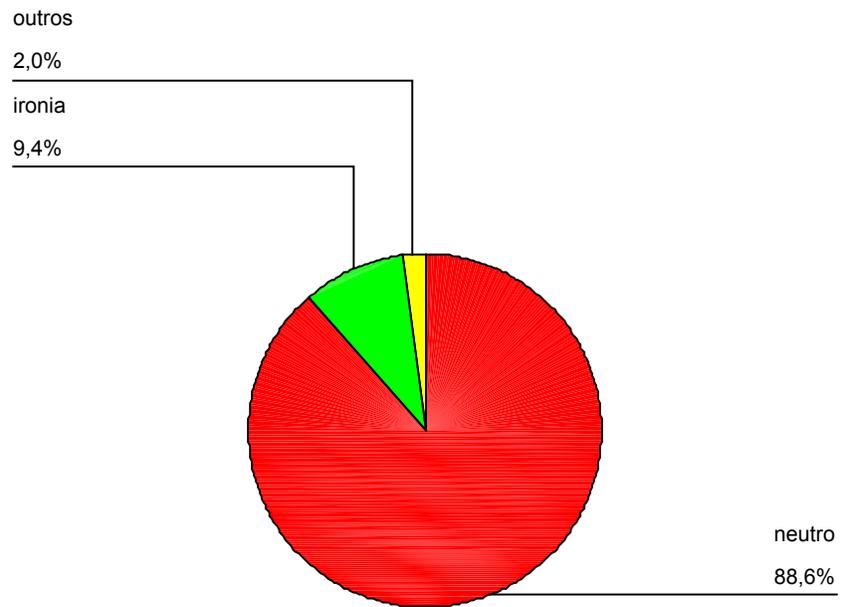
Na nossa pesquisa constatamos que a grande maioria dos apresentadores falou de forma neutra (88,6%), apesar de algumas entonações irônicas (9,4%). As demais categorias aparecerem poucas vezes e juntas somam apenas 2%.

---

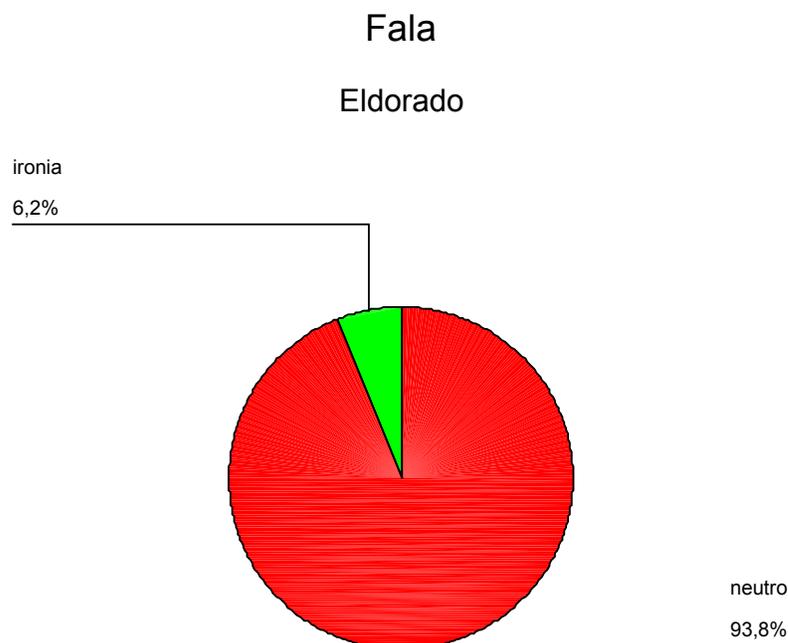
<sup>6</sup> Entrevista concedida às pesquisadoras em 19/03/03.

<sup>7</sup> BERTOSSI, L. de Sá – “Da televisão ao telespectador: repensando o trabalho fonoaudiológico na voz profissional”. p. 82

# fala



Na Eldorado tivemos apenas 6,2% de Ironia, e a maioria delas se referia ao candidato Paulo Maluf. O exemplo a seguir mostra um destes trechos e a parte grifada destaca a mudança na entonação de voz: “Locutor 1 – O candidato do PPB ao governo de São Paulo promete ter em um ano R\$ sete bilhões para investir no estado, **mas não diz como**”.(Eldorado – 05/09/02).



Na Jovem Pan tivemos mais aparições irônicas (13,3%), do que na Eldorado e também algumas dramáticas (4%). As ironias se referiam quase sempre ao horário eleitoral, como nesta matéria sobre os programas de senador e deputados:

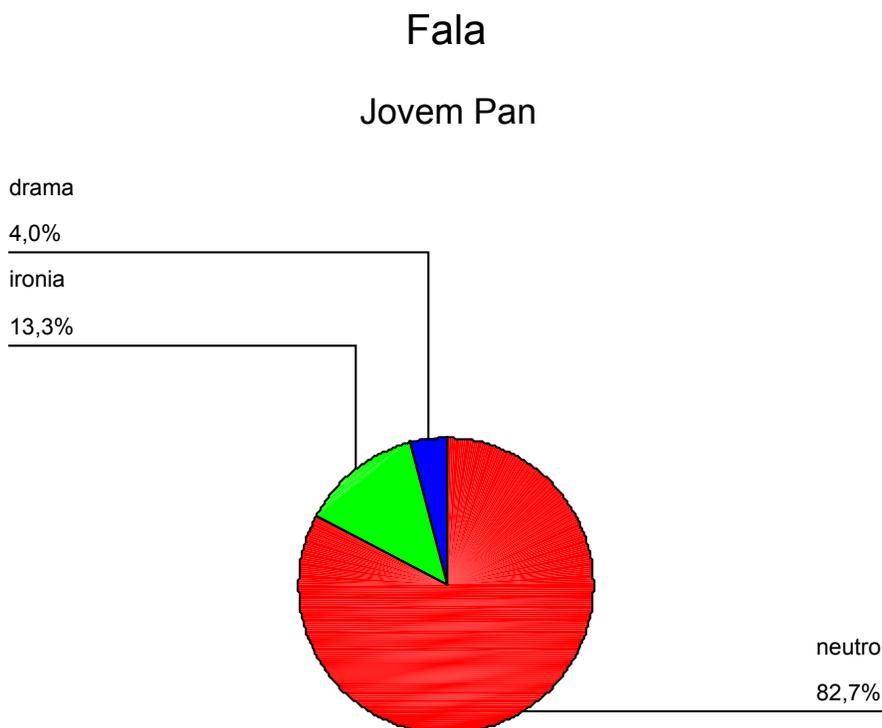
“Locutor 2- Já no horário dedicado aos senadores **o eleitor conferiu uma performance especial de Aníbal.**

Locutor 1 – **Abraçado a Chitãozinho e Xororó o candidato cantou o final do jingle puxado pelos sertanejos.**

Locutor 2- Depois das promessas de salário mínimo de R\$ 1.500 e fim da lei de responsabilidade fiscal, o horário dos deputados **trouxe mais uma.**

Locutor 1- **Usando a camisa da seleção** o candidato a deputado estadual do PRTB promete suspender todos os impostos por seis meses.

Locutor 2- **Mas foi pouca gente que testemunhou o fato porque a maioria simplesmente desliga a televisão no horário eleitoral.**”(Jovem Pan – 12/09/02).

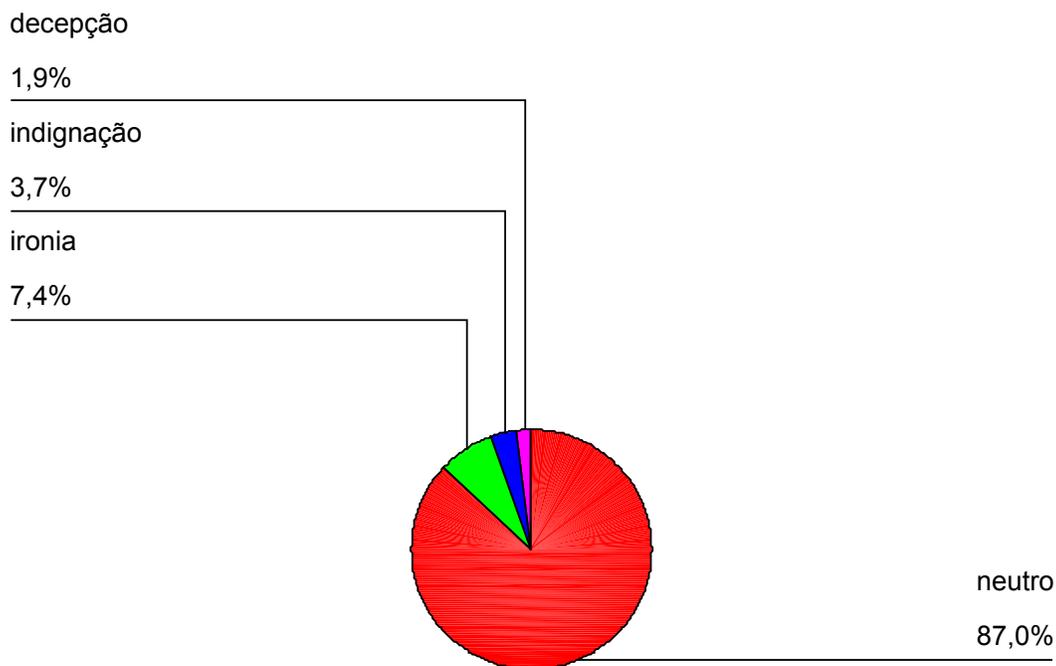


A Bandeirantes foi a emissora em que os apresentadores mais diversificaram sua fala, mostrando além da Ironia (7,4%), Indignação(3,7%) e Decepção (1,9%). O exemplo mostra a indignação do locutor com algo que viu pintado em um muro:

“Locutor - *A gente vai falar agora dos candidatos, só que antes eu quero registrar uma cena que eu não imaginava ver, mas que eu vi. Muros pintados lá na região de Mogi, que é o reduto principal do presidente nacional do PL, Valdemar Costa Neto, então lá estava escrito: deputado federal, o nome dele, presidente Lula, governador, Maluf, todo mundo junto ali, nos mesmos muros da região de Mogi, então por aí você vê...*”  
(Bandeirantes – 23/07/02).

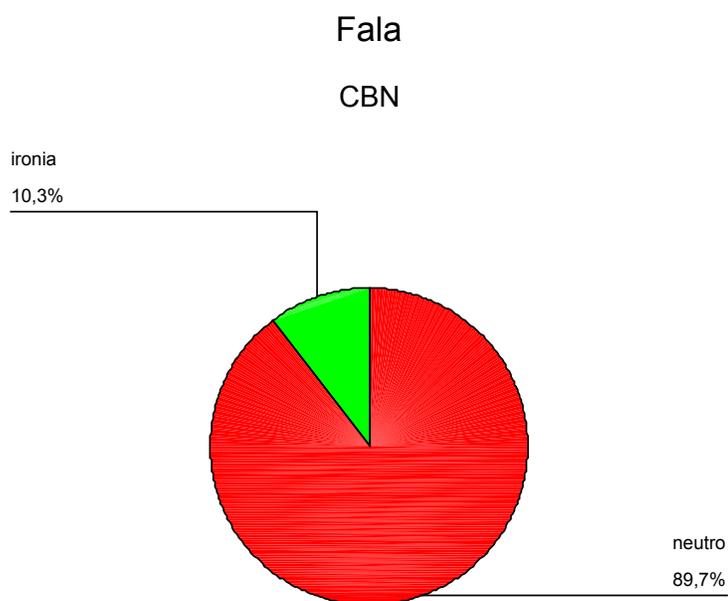
## Fala

### Bandeirantes



A CBN teve um perfil mais próximo ao da Eldorado, pois além das neutras apareceram apenas as falas irônicas (10,3%). Exemplo:

*“Locutor – Bem, nós estamos conversando com todos os candidatos ao governo de São Paulo, começamos ontem com dois candidatos, hoje mais dois candidatos. O primeiro deles é Osmar Lins do PAN. Sr. Osmar eu gostaria agora que o Senhor conversasse um pouco a respeito da campanha do Senhor ao governo de São Paulo. Eu me lembro de ter feito uma entrevista com o Senhor, a última foi quando o Senhor foi candidato a prefeito, você está lembrado? Foi no Pátio do Colégio. Agora Sr. Osmar Lins, de todas as campanhas que você participou, inclusive da passada, o índice do Senhor foi baixíssimo, menos de 1%, o Senhor nem está aparecendo de novo nessas pesquisas de agora. A que o Senhor atribui isso Sr. Osmar?” (CBN – 10/09/02).*



Portanto, a fala é um aspecto importante a ser levado em conta em uma análise do rádio, pois é através dela que os ouvintes tomam conhecimento das notícias e é também através dela que estas mesmas notícias podem ser passadas de diferentes maneiras conforme a variação no uso da voz.

### ***Conclusão***

Em relação às eleições municipais de 2000, a cobertura das eleições estaduais de 2002 foi mais isenta, pois ao invés de se basear majoritariamente em ataques pessoais entre os candidatos, ela se pautou em propostas e na divulgação de informações sobre a campanha. As emissoras abriram mais espaço para ouvir os candidatos e seus programas de governo, ajudando na escolha do eleitor. Assim, as críticas feitas no relatório anterior referente às eleições municipais, sobre a espetacularização da política legitimada pelo rádio, que enfocava sua cobertura em ataques ao invés de propostas devem ser revistas. Acreditamos que as emissoras estudadas em 2002 se mostraram mais preocupadas e atentas aos interesses da população, mas este espaço ainda pode ser melhorado e mais bem aproveitado pelos candidatos.

Apesar dessa mudança, a desmoralização da política ainda pode ser percebida em alguns aspectos. O mais evidente nesta eleição de 2002 foi às críticas ao HGPE, que o mostravam como uma imposição autoritária e como um circo, onde tudo o que se passava era apenas encenação, generalizando todos os candidatos na figura de mentiroso. Na nossa opinião o HGPE é um momento importante no período eleitoral, pois é a partir dele que muitos votos são decididos. E, portanto, para os eleitores, este espaço é significativo na decisão de seu voto e não pode ser combatido. As críticas devem ser feitas, mas não no sentido de extingui-lo e sim de aperfeiçoá-lo. Apesar das emissoras de rádio serem mais frágeis economicamente do que outros veículos, elas não devem se deixar levar por interesses privados e comerciais, baseados apenas no faturamento que a empresa deixa de ter durante a exibição do horário eleitoral (apesar de serem pagas para a utilização deste espaço). O HGPE deve sofrer modificações, mas é importante para a consolidação da democracia no país e para que o eleitor tome conhecimento dos pleitos eleitorais. Para o jornalista Álvaro Bufarah, a questão da descrença na política é educacional:

*“Precisamos mostrar à população parâmetros melhores em todos os níveis, incluindo a comunicação. Ou seja, este é um projeto para mais de uma geração, que precisa ser mais bem avaliado. Não podemos deixar de lembrar aos colegas comunicadores que todos temos uma função social e que temos que exercê-la com responsabilidade e não simplesmente visando popularidade ou riqueza”.*<sup>8</sup>

Além de críticas construtivas a isenção é outra meta importante para o meio. Apesar de muitos jornalistas acreditarem que ela é utópica, deve ser perseguida, pois ao ter a isenção como ideal, os profissionais se pautam em valores éticos e morais que ajudam a barrar o jogo de interesses. Para Bufarah, “muitas vezes o profissional de comunicação é envolvido neste processo sem consciência, sendo apenas um instrumento de interesses maiores, escondidos em informações ‘quentes’”.<sup>9</sup> No Brasil atual, a maior parte dos meios de comunicação está nas mãos de grupos políticos e a mídia é influenciada pelas convicções desta elite hegemônica. Portanto, a neutralidade dos meios de comunicação deve ser perseguida para que a população tenha acesso a uma informação livre de interesses.

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida às pesquisadoras em 19/03/03.

<sup>9</sup> Idem

## ***Bibliografia***

- AZEVEDO, F., *Espaço Público, Mídia e Modernização das Campanhas Eleitorais no Brasil*. Trabalho apresentado na VII Reunião Anual da COMPÓS, São Paulo, 1998.
- AZEVEDO, F., *Imprensa Escrita*. Sub-projeto do projeto temático “Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo”. São Paulo, 2002.
- BARBEIRO, H. e LIMA, P. *Manual de Radiojornalismo*. Ed. Campus, Rio de Janeiro, 2001.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Ed. 70, Lisboa, 1977.
- BERTOSSE, L. S., *D a Televisão ao Telespectador: Repensando o Trabalho Fonoaudiológico na Voz Profissional*, Tese de Mestrado em Distúrbios da Comunicação PUC-SP, 1999.
- BIANCO, N. e MOREIRA, S. *Rádio no Brasil – Tendências e Perspectivas*. Ed. UERJ/UnB, Rio de Janeiro, 1999.
- CASSETTI, F. e CHIO, F. *Análisis de la Televisión*. Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, 1999.
- CHAIA, V., *O Troféu Cara de Pau da Rádio Eldorado*, *In* Opinião Pública VII n°2. Ed. CESOP/UNICAMP, Campinas, 2001.
- CHAIA, V. ; MENEGUELLO, R. ; AZEVEDO, F. e SCHMITT, R., *São Paulo, 2000: Embate Partidário, Mídia e Comportamento Eleitoral*. (no prelo).
- COTES, C. S. G., *Apresentadores de Telejornalismo: Análise Descritiva dos Recursos Não Verbais e Vocais Durante o Relato da Notícia*, Tese de Mestrado em Fonoaudiologia PUC-SP, 2000.
- FIGUEIREDO, A. C. e LIMONGI, F., *Executivo e legislativo na nova ordem constitucional*, Ed. FGV, Rio de Janeiro, 1999.
- KNAPP, M. L. e HALL, A. J., *Comunicação Não Verbal na Interação Humana*, Ed. JSN, São Paulo, 1999.
- LAMOUNIER, B., *Estrutura institucional e governabilidade na década de 90*. *In* Reis Velloso, João Paulo dos (org), *O Brasil e as reformas políticas*, Ed. José Olympio, Rio de Janeiro, 1992.
- LAMOUNIER, B., *Redemocratização e estudos das instituições políticas no Brasil*. *In* Minceli, Sérgio (org), *Temas e problemas da pesquisa em Ciências Sociais*, SP/RJ, Sumaré/FAPESP/Fundação Ford, 1992.
- LAMOUNIER, B., *Representação política. A importância de certos formalismos*. *In* Lamounier, Bolivar & Weffort, F., & Benevides, M. V. (orgs), *Direito, cidadania e participação*. TAQ, SP, 1981
- LAVAREDA, A., *A Democracia nas Urnas*, Ed. Revan, Rio de Janeiro, 1989.
- LIMA, V. , *Perspectivas para as Comunicações no Brasil do Século XXI: Concentração da Propriedade e Redefinição dos Atores Políticos*, trabalho apresentado no I Colóquio MERCOSUL-NAFTA de Ciências da Comunicação, Santos, 1997.
- LIMA, V. , *Mídia- Teoria e Política*, Ed. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2001.
- MADUREIRA, S., *O Sentido do Som*, Tese de Doutorado em Fonoaudiologia PUC-SP, 1992.

- MAINWARING, S., *Democracia Presidencialista Multipartidária: o Caso do Brasil*, in: Lua Nova, Revista de Cultura e Política, São Paulo, 1993.
- MANIN, B., “As metamorfoses do governo representativo”. Revista Brasileira de Ciências Sociais nº29. ANPOCS, SP, 1995.
- MEDITSCH, E. (org.), *Rádio e Pânico: a Guerra dos Mundos, 60 Anos Depois*, Ed. Insular, Florianópolis, 1998.
- MOREIRA, S. , *O Rádio no Brasil*, Ed. Rio Fundo, Rio de Janeiro, 1991.
- NUNES, M. *Rádio e Política: Do Microfone ao Palanque – Os Radialistas Políticos em Fortaleza (1982-1996)*, Ed. Annablume, Fortaleza, 2000.
- O’DONNEL, G., “Transições, continuidades e alguns paradoxos”. In Reis, Fábio V., & O’Donnel, G. (orgs), “A Democracia no Brasil: dilemas e perspectivas”. Vértice e Ed. Dos Tribunais, SP, 1988.
- ORTRIWANO, G., *Informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*, Ed. Summus, São Paulo, 1985.
- PARADA, M. *Rádio: 24 Horas de Jornalismo*. Ed. Panda, São Paulo, 2000.
- PORTO, M. *Novas Estratégias Políticas na Globo – O “Jornal Nacional” Antes e Depois da Saída de Cid Moreira*. Trabalho apresentado no V Compós, São Paulo, 1996.
- PORTO, M., *A Crise de Confiança na Política e suas Instituições: os Mídia e a Legitimidade da Democracia*. Trabalho apresentado no XXII Encontro Nacional da ANPOCS no Grupo de Trabalho
- SARTORI, G., “Homo Videns – televisão e pós-pensamento”, EDUSC, Bauru, SP, 2001.
- SEGURADO, R., *Rádios Livres: Descentralizando o Poder*. Tese de mestrado em Ciências Sociais, PUC-SP, 1997.
- SILVA, M. , *Quem me elegeu foi o rádio*. Tese de mestrado em Ciências Sociais, PUC-SP, 1998.
- THOPSON, J. *Ideologia e Cultura Moderna*. Ed. Vozes, Petrópolis, 1995.
- THOPSON, J. *A Mídia e a Modernidade*. Ed. Vozes, Petrópolis, 1998.
- WEBER, M. *A Política como Vocação*. Ed. Thomson Learning, São Paulo, 1995.
- WOLF, M. *Teorias da Comunicação – 2ª parte* Ed. Presença, Lisboa, 1994.