



Uma História Política do Rádio – a Aventura Eleitoral de Radialistas no Século XX em Londrina (PR)¹

Osmani Ferreira da Costa, professor de Comunicação/Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina (UEL).²

Resumo do Trabalho

Contextualiza e reflete sobre a relação da mídia com a política no Brasil e em Londrina, no último século. Demonstra que os meios de comunicação de massa possibilitam a apresentação dos candidatos em campanhas como produtos de consumo. Analisa a trajetória histórica do rádio brasileiro enquanto instrumento de produção, reprodução e manutenção da ideologia capitalista. Estuda a estrutura partidária, as formas de representação, as discriminações ao eleitor e as eleições no país e na cidade. Investiga como a força do rádio ajudou 15 de seus profissionais a criar um capital eleitoral e a obter sucesso em pleitos municipais, de 1968 a 2000. Demonstra, no entanto, que nem o mais popular dos MCM foi capaz de garantir sucesso a outros 17 radialistas que desempenharam o papel de político *outsider* naquele período.

Palavras-chave: Comunicação; Rádio; Política; Eleições; História.

¹ Trabalho apresentado ao GT 5 – História da Mídia Sonora, do V Congresso Nacional de História da Mídia.

² O autor é professor assistente do Departamento de Comunicação, curso de Jornalismo, da Universidade Estadual de Londrina (UEL), no Paraná. Bacharel em Comunicação/Jornalismo e Mestre em Ciências Sociais, ele é docente da UEL há 20 anos, onde participa de projetos de pesquisa e ministra aulas nas subáreas de jornalismo impresso e radiojornalismo. Com base em dissertação de mestrado, Costa publicou o livro “Rádio e Política”, pela Eduel, em 2005.



Introdução

Esta comunicação, síntese adaptada de nossa dissertação de mestrado, contextualiza e reflete sobre a estreita relação existente entre a mídia e a política no Brasil e em Londrina, notadamente nas últimas décadas do século XX. Ela demonstra que os meios de comunicação de massa (MCM) possibilitam, cada vez mais, a apresentação dos candidatos em campanhas eleitorais como simples produtos de consumo. E analisa a trajetória histórica do rádio brasileiro enquanto instrumento de produção, reprodução e manutenção da ideologia capitalista, base do Estado nacional.

A pesquisa estuda a estrutura partidária, as formas de representação, as discriminações ao eleitor e as eleições institucionais no país e na cidade. São utilizados dados e documentos da Justiça Eleitoral, emissoras de rádio e jornais locais, Câmara de Vereadores e IBGE, entre outros órgãos; além de entrevistas com 23 personagens ligados diretamente ao tema.

Londrina é uma cidade de porte médio, localizada 390 km ao norte de Curitiba, capital do Paraná. Conforme dados do último Censo do IBGE, Londrina contava em 2000 com uma população de 446 mil habitantes e 299 mil eleitores (66.98%). A Câmara Municipal possuía 21 vereadores.

O trabalho investiga como a força deste palanque eletrônico chamado rádio ajudou 15 de seus profissionais a criar um capital eleitoral e a obter sucesso em pleitos municipais, de 1968 – o primeiro realizado sob o regime militar que vigorou de 1964 a 1985 – a 1996. Demonstra, no entanto, que nem o mais popular dos MCM foi capaz de garantir, por si só, sucesso eleitoral a outros 17 radialistas que tentaram desempenhar o papel de político *outsider*³ no período pesquisado. Conclui que, por esta razão e por outras causas, os radialistas-políticos londrinenses tiveram uma derrota coletiva nas urnas em 2000, na última eleição do Século XX .

Não foi acidente ou coincidência o fato de os principais veículos de comunicação de massa (jornal, cinema, rádio e televisão) terem sido inventados e desenvolvidos na esteira dos acontecimentos históricos que prepararam e tornaram realidade a Revolução Industrial, a modernidade, e a transformação das sociedades desenvolvidas da Europa, dos Estados Unidos, do Canadá e do Japão. A criação dos diferentes meios de comunicação – como ocorreu mais recentemente com a Internet – possibilitou aos

³ O termo inglês é utilizado neste texto para designar o político em início de carreira e que não teve formação e militância partidária antes de sua primeira candidatura, sendo considerado, portanto, como um estrangeiro, um intruso que veio de fora para, de maneira oportunista, ocupar o espaço de políticos tradicionais



homens e às sociedades concretizar experiências comuns antes nunca imaginadas. Mas serviu também para a manutenção, divulgação e multiplicação da ideologia capitalista dominante em muitos dos lugares mais longínquos da Terra.

Desde a sua invenção e início de operação, o rádio tornou-se um importante instrumento de dominação política e ideológica naquelas nações, e mais tarde no Brasil. As emissoras de rádio do País, em sua maioria, sempre serviram como instrumento de manutenção e reprodução do Estado. Não foi diferente em Londrina, onde os proprietários-concessionários de emissoras têm sido ao longo das décadas, desde 1943, fazendeiros, industriais, igrejas e grandes comerciantes intimamente ligados – em sua quase totalidade – ao poder político local, estadual e/ou nacional.

Além disto, as emissoras têm sido utilizadas no País, por boa parte de seus profissionais – radialistas que comandam programas populares de grande audiência – como meio de propaganda que leva a vitórias em eleições políticas para os diversos cargos eletivos de representação: vereador, prefeito, deputado estadual, governador, deputado federal e senador da República.

Nossa pesquisa estuda a relação entre o rádio (tido como um meio de comunicação de massa privilegiado por suas características e tipo de público) e a política-partidária institucional em Londrina. O rádio, inventado no final do século XIX na Europa, foi certamente o mais poderoso instrumento de difusão político-ideológica do século XX em grande parte do mundo; principalmente nos países mais pobres, onde grande parcela da população era e segue analfabeta ou apenas semi-alfabetizada.

Este estudo demonstra, de forma empírica e teórica, como a força do rádio tem sido utilizada por parte de seus profissionais – radialistas de sucesso – como um trampolim para a conquista do êxito nos pleitos eleitorais em Londrina, como de resto tem ocorrido em outras cidades e estados brasileiros. Utiliza para isto, no campo da sociologia, fundamentalmente as teorias e teses desenvolvidas por Pierre Bourdieu⁴, Márcia Vidal Nunes, Carlos Eduardo Esch e Maurício Ferreira da Silva.

Nas últimas décadas, tornou-se senso comum no País que os radialistas seriam beneficiados por sua profissão e levariam grande vantagem sobre os demais candidatos em pleitos eleitorais, independente dos partidos políticos aos quais eles pertençam. Por que razão, então, nem todos os radialistas que se lançam candidatos conseguem êxito

⁴ Em seu livro “O Poder Simbólico” (1989), o autor francês desenvolve as teses de espetacularização das campanhas eleitorais, de construção de capital eleitoral por profissionais da mídia, e da participação destes como outsider na política institucional; três pilares nos quais se assentou a presente pesquisa.



nas eleições? E, ainda, por que nem todos os radialistas que comandam programas com grande audiências aceitam o convite de partidos para entrar na carreira política?

Foi com o objetivo de responder a estes e outros questionamentos que realizamos nossa pesquisa. Para isto, levamos em consideração o contexto histórico e a conjuntura política em que esteve o rádio no Brasil; desde a sua chegada ao Rio de Janeiro, em 1922 (durante as comemorações do Centenário da Independência), passando pela instalação da primeira emissora em Londrina, em setembro de 1943 (época do começo da cidade e em plena 2ª Guerra Mundial), até o ano 2000.

Oito eleições em 32 anos

O período pesquisado compreendeu as oito eleições municipais de 1968 a 2000, este último o único pleito, em 41 anos, em que nenhum radialista foi eleito em Londrina. Buscamos também delimitar quais têm sido a programação e comportamento político do rádio – enquanto veículo de comunicação de massa privilegiado na sociedade local – em comparação aos demais meios da mídia moderna. Para isto, na área de comunicação, utilizamos basicamente os estudos de Maria Immacolata Lopes, José Marques de Melo, Pedrinho Guareschi, Muniz Sodré, Gisela Ortriwano e Reynaldo Tavares (1999, p.59):

Considerado no início apenas uma brincadeira curiosa, a radiodifusão se tornou uma arma de influência em todos os campos, tendo poder decisivo quer no campo social ou político e econômico, quer no campo religioso, educacional ou cultural.

Para articularmos os dados coletados com a reflexão teórica e a análise crítica, simultânea e posteriormente às entrevistas com personagens, usamos técnicas descritivas e qualitativas. As leituras foram feitas buscando um aprofundamento teórico ligado à comunicação de massa, rádio, história e ciência política.

Os dados sobre os nossos personagens centrais – os radialistas que se tornaram ou não candidatos e alcançaram ou não êxito como políticos – foram conseguidos por meio de entrevistas gravadas em cassete e montagem das histórias de vida e da trajetória de cada um deles, de forma detalhada, mostrando quem são, de onde vieram, como eram estruturados seus programas, por que entraram na vida política e quais os resultados obtidos. Além das entrevistas foram checados documentos em emissoras de rádio, Justiça Eleitoral e outras fontes. Foi estudado o maior número de casos possíveis dos três tipos de personagens desta pesquisa: os radialistas que tiveram êxito eleitoral; os



que não alcançaram sucesso nas urnas; e os que não entraram para a vida político-partidária e nunca foram candidatos.

A pesquisa foi dividida em três grandes partes, estreitamente inter-relacionadas, que determinou a estruturação do texto final, que resultou no livro “Rádio e Política”, com 256 páginas.

Na primeira parte, fazemos uma análise da íntima e complexa relação existente entre a mídia – em especial o rádio – e a política. Mostramos que os partidos brasileiros passaram, nas últimas décadas, a investir muito em marketing político e a “vender” seus candidatos ao eleitorado como verdadeiros produtos de consumo. Estudamos o rádio e o seu imenso poder de penetração em grande parte da população brasileira, sob o ponto de vista político-ideológico. Procuramos demonstrar que – por ser uma concessão do governo federal e por suas características – o rádio é utilizado pelo Estado e por seus dirigentes políticos como um aparelho reproduzidor da ideologia burguesa dominante. Mapeamos o domínio dos políticos aliados do poder central e de igrejas sobre as mais de 3 mil emissoras AMs comerciais em funcionamento no país, em 2000.

Na segunda parte, recuperamos, de forma histórico-descritiva, a trajetória do rádio enquanto fruto do desenvolvimento da moderna indústria capitalista no início do século XX. Contamos como ele foi aperfeiçoado e se espalhou pela Europa e Estados Unidos até chegar ao Brasil, em 1922, trazido pelo Estado. Inicialmente um meio de comunicação caro e elitista, a partir da década de 1930 – durante o governo de Getúlio Vargas – o rádio ganhou novo impulso, abriu espaço para a propaganda e se tornou popular. Rapidamente as emissoras se multiplicaram pelo interior do País, e a primeira de Londrina foi inaugurada em 1943. Fazemos uma reflexão sobre o direito de voto, o eleitor, a democracia representativa e as eleições no País, desde a proclamação da República, e em Londrina, desde a sua fundação (1934). Utilizamos uma bibliografia que atesta ter sido o Estado sempre o centro catalisador da vida política nacional; e que ele teve nos partidos – sem participação popular efetiva – simples apêndices defensores do poder central e seus interesses. Ao longo da história brasileira, as eleições – com muitas restrições e poucos eleitores – quase sempre foram um “jogo de cartas marcadas” para evitar a alternância no poder.

Na terceira parte, demonstramos que, neste contexto subdesenvolvido e conservador, o rádio teve grande parte da responsabilidade na formação da opinião pública e na manutenção do quadro político-eleitoral. Mas que, em muitos pontos do Brasil e em Londrina, tornou-se comum radialistas entrarem para os partidos e se lançarem



candidatos a cargos eletivos. O rádio é utilizado por esta parte de seus profissionais como um instrumento para o sucesso nas urnas. Mas nem todos conseguem o êxito desejado na vida política. Para aprofundarmos o entendimento sobre esta relação do rádio e de radialistas com a política eleitoral em Londrina, juntamos e analisamos dados da Justiça Eleitoral, IBGE, Câmara, partidos, emissoras de rádio etc. E realizamos entrevistas com 19 personagens centrais deste estudo, os radialistas-políticos (vitoriosos e derrotados); além de três com radialistas de sucesso que nunca entraram para a política e uma com o cartorário Renato Araújo, o único vereador a se eleger sucessivamente para o cargo oito vezes, exatamente nos pleitos de 1968 a 2000.

Vitórias tiveram início em 1959

Oito radialistas profissionais foram eleitos deputados estaduais no Paraná, em outubro de 2002; o que equivalia a quase 15% das 54 vagas existentes na Assembléia Legislativa. Entre eles, destaque para o candidato Ratinho Júnior (PSB), que com 189.693 votos foi o mais votado da história do Estado. Candidato pela primeira vez, o eleito é filho do apresentador de TV Carlos Massa “Ratinho”, ex-deputado federal eleito com votos principalmente nas regiões de Londrina e Maringá. Ratinho Júnior era estudante de jornalismo, apresentador de programas e administrador de duas emissoras de rádio que seu pai possuía na Região Metropolitana de Curitiba, naquele ano.

O segundo radialista mais bem votado foi o londrinense Barbosa Neto (PDT), com 122.112 votos; quarto colocado entre os 54 deputados eleitos. Também candidato à Assembléia pela primeira vez, ele é formado em jornalismo pela UEL, apresentador de programas em TV nos últimos anos e havia ficado em segundo lugar na eleição para prefeito de Londrina, em 2000; tendo sido derrotado no segundo turno por Nedson Micheleti (PT). Em 2006, ambos os radialistas foram eleitos para a Câmara Federal.

Não é recente esta ligação dos profissionais do rádio com a política-eleitoral no Brasil. Desde a década de 1950, os radialistas têm sido eleitos para quase todos os cargos eletivos no País. Tornou-se comum encontramos radialistas exercendo a função de vereador, prefeito, deputado estadual, deputado federal, senador e governador em muitos dos estados da Federação. A única exceção neste rol de cargos conquistados pelos profissionais do microfone é a Presidência da República; quem chegou mais próximo deste objetivo foi Anthony Garotinho (PSB), radialista-candidato que ficou em terceiro lugar no pleito de 2002.



Em Londrina, o primeiro radialista-vereador foi Otássio Pereira da Silva, eleito em 1959. De lá para cá, ele e outros 14 profissionais do rádio conseguiram se eleger e se reeleger para a Câmara Municipal algumas vezes; sendo que o grupo destes radialistas-políticos ocupou, em média nas últimas oito eleições do Século XX – de 1968 a 2000 – 12,5% das 21 vagas em disputa a cada novo pleito na cidade.

Entre os radialistas locais que conseguiram maior sucesso eleitoral, destacam-se Alvaro Dias – deputado federal, governador do Paraná e atualmente no terceiro mandato de senador –, Antônio Belinati – três vezes prefeito, deputado estadual (novamente eleito em 2006) e federal –, e Luiz Carlos Alborghetti, o “Cadeia”, que teve quatro mandatos como deputado estadual. Outros três radialistas londrinenses conseguiram também se eleger, pelo menos uma vez, para a Assembléia Legislativa: Dácio Leonel de Quadros, Otássio Pereira da Silva e Fiori Luiz.

A eleição de 15 radialistas para cargos políticos pode ser considerado um feito marcante, quando se sabe que apenas outras duas profissões tiveram, naqueles 32 anos, maior número de “representantes” na Câmara de Vereadores: foram 18 advogados e 16 comerciantes. Há que se levar em conta que os advogados e comerciantes pertencem a categorias bem mais numerosas que a dos radialistas. Em quarto lugar, estão empatadas as profissões dos contadores, funcionários públicos municipais e professores secundaristas, cada uma com 5 vereadores eleitos no período.

O “capital eleitoral” construído ao longo de anos no exercício da profissão de radialistas – ou em outros Meios de Comunicação de Massa (MCM), conforme teoria desenvolvida pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu – tem se mostrado generoso atalho para a vitória nas urnas, em Londrina. Em 50% daquelas oito eleições, os radialistas foram os campeões de votos para a Câmara: Antônio Belinati (em 1968, pelo MDB, com 2.507 votos); Siqueira Martins (em 1982, pelo PMDB, com 3.018 votos); José Makiolke (em 1992, pelo PMDB, com 2.140); e Antenor Ribeiro (em 1996, pelo PPB, com 3.650 votos).

Porém, nem sempre o rádio significa um seguro trampolim para o êxito eleitoral, como fazem supor ao senso comum estudos que mostram apenas o lado vitorioso dos radialistas-políticos brasileiros. Também de derrotas é composto o universo de radialistas que se aventuraram a entrar para partidos políticos e a concorrer a cargos eletivos. Em Londrina, 17 radialistas se candidataram – alguns mais de uma vez – e não foram eleitos para vereador, nos últimos 32 anos do século passado.



Há ainda uma outra constatação de que nem só de vitórias é feita a carreira política dos radialistas locais. Dos quatro radialistas-políticos campeões de votos para a Câmara, nenhum conseguiu a reeleição no pleito imediatamente posterior ao da espetacular conquista. Este fato já ocorreu em vários estados e cidades do País, para os mais diferentes mandatos. O que demonstra que o “capital eleitoral” montado a partir do rádio pode ser considerado frágil e mutável.

As derrotas também estão presentes na passagem dos radialistas pela política institucional porque, possivelmente, ocorreu com eles o fator da “quebra de confiança e frustração de expectativas”, previsto na tese de “delegação de poder do ouvinte-eleitor aos radialistas-políticos”, desenvolvida pela socióloga e professora da Universidade Federal do Ceará, Márcia Vidal Nunes. O que significa dizer que o rádio pode servir como um fator inicial de impulso à primeira vitória eleitoral, mas que ele – por si só – não garante ao profissional do microfone eleições sucessivas e uma carreira política longa e vitoriosa.

Rádio constrói marca eleitoral

Ainda que não seja possível mensurar – por uma série de fatores, entre eles o sigilo do voto – com exatidão o número de ouvintes que se tornaram eleitores dos radialistas candidatos, há fortes indícios a demonstrar que eles foram beneficiados pelo “capital eleitoral” do rádio na carreira política. Os próprios radialistas-políticos admitem que a “marca” que construíram a partir da relação diária e íntima com milhares de ouvintes – às vezes por muitos anos – os colocou em significativa vantagem na hora de competir com os “desconhecidos” candidatos oriundos de outras profissões.

Dos 23 entrevistados por nossa pesquisa, apenas dois radialistas-políticos não creditaram ao “capital eleitoral” conseguido com programas de rádio o seu ótimo resultado inicial nas urnas: Alvaro Dias, que considerou ter sido mais importante a militância no movimento estudantil na UEL; e Dácio Leonel de Quadros, que avaliou ter tido maior apoio eleitoral entre os clientes de sua outra profissão, como advogado.

Entre os 15 radialistas que obtiveram vitórias nas urnas, todos eram homens, brancos e trabalharam somente em emissoras de amplitude modulada (AM). Sete deles concluíram curso superior; e 11 tiveram passagens simultâneas ao rádio como apresentadores em emissoras de TV regional, o que possivelmente tenha colaborado para aumentar seu “capital eleitoral”. Outra característica une os radialistas-políticos



vencedores: todos os campeões de votos eram, na época da eleição, apresentadores de programas líderes de audiência; notadamente de variedades, ou policial ou musical-sertanejo. Inversamente proporcional, nenhum dos 17 radialistas derrotados apresentava programa com grande audiência.

Mas não foi apenas o grande público ouvinte que garantiu as primeiras vitórias dos radialistas nas urnas, na cidade. Outros fatores externos à profissão nas emissoras devem ser considerados. Entre eles, destacam-se dois: o partido político a que eles se filiaram e o tipo de discurso por eles desenvolvido nos períodos pré-eleitorais.

Londrina tem-se caracterizado, ao longo das últimas décadas – talvez por ter pouco mais de 70 anos de emancipação, pela miscigenação de raças que aqui chegaram na época pioneira, pela rápida urbanização ampliada com a crise da cafeicultura e êxodo rural; e pela característica de centro universitário e prestador de serviços – como uma cidade cujo eleitorado vota preponderantemente em candidatos de partidos oposicionistas aos governos Estadual e Federal. Tanto é que, nas últimas oito eleições, sete prefeitos eleitos tinham esta característica. Ressalve-se que “de oposição” não significa, necessariamente, de ideologia de esquerda; mas na maioria dos casos apenas e tão somente de “partido diferente” daqueles que momentaneamente exerciam o poder nos executivos do Palácio Iguazu e do Palácio do Planalto.

Entre os 15 radialistas eleitos vereadores na cidade nos últimos oito pleitos, 10 eram de partidos oposicionistas. Dos 17 radialistas derrotados na tentativa de conseguir uma vaga na Câmara Municipal, 11 pertenciam a partidos situacionistas – também não necessariamente de ideologia de direita. Estes dados demonstram que foram mais vitoriosos os radialistas que souberam conciliar suas grandes audiências com os partidos preferidos pelo eleitorado local e com o discurso “oposicionista-mudancista” que os eleitores queriam ouvir.

Isto ficou ainda mais claro na última eleição municipal pesquisada, em 2000, a primeira desde 1959 a não ter sequer um radialista eleito como vereador ou prefeito. Terá esta derrota coletiva significado o fim do ciclo de radialistas na política local? É bem provável que não; que esta derrota tenha sido apenas momentânea e consequência das circunstâncias especiais presentes naquele pleito.

A campanha de 2000 foi influenciada por um período pré-eleitoral conturbado, marcado pelas fortes emoções do processo de cassação do radialista-prefeito Antônio Belinati, que exercia seu terceiro mandato. Ele foi o primeiro prefeito cassado na história da cidade, sob denúncias de desvios de verbas e corrupção administrativa.



Junte-se a isto o fato de que os seis radialistas candidatos – cinco a vereador, dos quais três tentando reeleições, e um a prefeito – estavam direta ou indiretamente ligados a Belinati, além de pertencerem a partidos igualmente relacionados com a fracassada administração do prefeito cassado.

Não há indícios da ocorrência de algum importante fato que tenha, de uma vez por todas, colocado fim à possibilidade de participação vitoriosa de radialistas nas eleições em Londrina. Tudo indica, portanto, que a derrota coletiva de 2000 tenha sido passageira e circunstancial. Quase que certamente o rádio – por suas características e poder de penetração junto à camada mais numerosa, pobre e menos escolarizada da população – permanecerá desempenhando o papel de indutor de “capital eleitoral” aos profissionais do microfone. É difícil que este potencial histórico do rádio seja extinto, de uma hora para outra, sem um motivo muito forte e claro.

Sistema de concessão centralizador

Porém, nem só de radialistas candidatos a cargos institucionais é constituída a estreita ligação do rádio com a política no País. Ao contrário, há nela uma característica menos visível é ainda mais forte e importante. Ela foi construída com base no sistema antidemocrático e centralizador de distribuição das concessões de emissoras, que vigorou no Brasil por mais de seis décadas e ainda mantém em vigência alguns resquícios, apesar do pequeno avanço conquistado pela atual Constituição, de 1988.

O rádio foi inaugurado oficialmente no País em 7 de setembro de 1922, como parte dos festejos do Centenário da Independência. Os primeiros equipamentos transmissores – montados no alto do Corcovado – e os 80 aparelhos receptores funcionaram no Rio de Janeiro, como presentes da Casa Branca e de uma indústria dos Estados Unidos ao governo do presidente Epitácio Pessoa. De lá para cá, nestes quase 85 anos de funcionamento, o complexo de emissoras radiofônicas sempre esteve – salvo raras exceções e em curtos intervalos de tempo – a serviço dos interesses do Estado e da produção, manutenção e reprodução da ideologia capitalista.

Muito mais do que aos radialistas e à população, o complexo radiofônico serviu neste longo período – por meio de sua programação e conteúdos de baixa qualidade e sem objetivos educacionais para a cidadania – à elite político-econômica que controlou o Estado autoritário, conservador, golpista e privatista.



Ao longo das primeiras décadas de operação, o rádio foi sendo transformado em um “palanque eletrônico” em substituição aos antigos currais eleitorais, ao coronelismo e ao voto de cabresto⁵. Esta forma centralizadora de utilizar o principal meio de comunicação de massa então disponível se consolidou durante o Estado Novo (1930-45) de Getúlio Vargas e, mais tarde, ganhou força outra vez na ditadura militar em vigor de 1964 a 85. Notadamente a partir dos anos 70, o rádio perdeu muito das verbas publicitárias e teve que dividir seu público com o complexo de emissoras de TV. Mesmo assim, até o final do século XX o rádio manteve-se como o MCM com maior poder de abrangência nacional e de presença domiciliar no Brasil.

Devido este poder de alcance e papel estratégico num País populoso, extenso e subdesenvolvido, o rádio sempre foi mantido atrelado ao Estado; e seu sistema de concessões de emissoras permaneceu sob domínio exclusivo do presidente da República, por meio do Ministério das Comunicações. Desta forma, o conjunto de emissoras espalhadas pelo território brasileiro foi sendo montado com base nos interesses ideológico-político-econômicos da elite controladora do Executivo nacional, no século passado.

Em junho de 2000, estavam em operação no País 3.315 emissoras comerciais. Em Londrina, já funcionavam as mesmas 15 emissoras de hoje, sendo dez de AM e cinco de frequência modulada (FM). O cruzamento de dados do Ministério das Comunicações, da Justiça Eleitoral e da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) demonstrou que a base aliada do então presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) controlava, naquele momento, 73,75% das concessões da radiodifusão brasileira.

Exatamente 1.220 emissoras (37,5%) estavam em mãos de políticos do PFL. Os membros do PMDB contavam com 17,5% das emissoras. Em terceiro lugar, vinham os políticos do PPB, com 12,5% das rádios. Na seqüência, os membros do PSDB que mantinham 6,25%. Políticos ligados ao PSB – partido teoricamente do bloco de oposição – possuíam igualmente 6,25% das emissoras; enquanto que membros de outros partidos detinham 5% das concessões. Isto significa dizer que 85% do sistema de radiodifusão estavam sob o comando de políticos; enquanto que apenas 6,5% dele eram explorados por empresários do setor sem ligações formais com partidos e o poder político institucional. Outros 6% estavam em poder de igrejas – com destaque para a

⁵ Para aprofundar o entendimento sobre o autoritarismo e fraudes no sistema eleitoral brasileiro, é importante a leitura do livro “Coronelismo: enxada e voto”, de Victor Nunes Leal.



Católica e, mais recentemente, algumas protestantes – e os restantes 2,5% eram formados por emissoras estatais-educativas.

Em Londrina, 5 emissoras (33,33%) “pertenciam” a igrejas; outras 5 (33,33%) estavam sob domínio de empresários do setor; 4 (26,67%) estavam sob o mando de famílias de ex-políticos do PMDB, PFL e PPB; e uma (6,67%) tinha caráter público-educativa, a Universidade FM da UEL. Esta realidade local não mudou nos últimos anos.

Recentes “distribuições” de concessões para funcionamento de emissoras de rádio – em 2001 e 2002, em quase todos os estados brasileiros – demonstraram que o critério do “compadrismo” político ainda prevalecia no setor; às vésperas de importantes eleições majoritárias nacionais. O Ministério das Comunicações foi generoso na aprovação de novas concessões aos aliados da base de sustentação do governo tucano e implacável na negativa aos requerimentos de políticos ligados a partidos opositores e de instituições não alinhadas ao poder de Brasília, como centrais de trabalhadores.

Isto porque, 80 anos depois de sua inauguração, o sistema radiofônico e seus negócios – aí incluída a divisão das verbas publicitárias públicas – seguem baseados na velha política do “é dando que se recebe”, da troca de interesses entre o Estado e a elite nacional; que tanto mal têm causado à maioria da população brasileira, sem direito aos benefícios sócio-econômico-políticos que teriam em uma nação civilizada. Assim, o rádio continua, no geral, como um atuante e destacado instrumento conservador de dominação político-ideológica.

A expectativa é de que profundas mudanças neste setor vital à verdadeira democratização do País – que vai muito além de eleições periódicas e sem dúvida passa pelo tipo de controle dos MCM – sejam realizadas pelo pelos poderes federais. Um bom começo se daria por meio de regras legais que colocassem fim a monopólios familiares e políticos no setor da radiodifusão, e que possibilitassem concessões ao funcionamento das emissoras verdadeiramente comunitárias – muitas delas hoje tratadas como “piratas” e ilegais.

Importante passo para que isto ocorra é o cumprimento do artigo da Constituição que criou o Conselho Nacional de Comunicação Social, e prossegue quase que somente letra morta no papel perto de 20 anos depois de sua aprovação em Brasília. Com ele em prática, algumas alterações na lei de concessão de emissoras, e comportamento ético do Executivo – diferentemente do que predominou nas últimas décadas – certamente estariam dadas as condições para que a população (aí incluídos os mais de 120 milhões



de eleitores) começasse a trocar seu papel de simples coadjuvante na incipiente democracia representativa pelo de participante ativo rumo à plena cidadania.

Realidade complexa e polêmica

O número de radialistas eleitos encontrado em Londrina é bastante significativo. E quase todos os radialistas-políticos entrevistados admitiram, em maior ou menor grau, que devem ao rádio e aos anos na profissão de radialista o capital eleitoral que se traduziu em votos nas urnas. Quatro dos radialistas-políticos foram os campeões de votos para o cargo de vereador, em diferentes eleições. Entre os 15 radialistas vitoriosos, a quase totalidade é formada por apresentadores de programas de variedades diários, longos e de grande sucesso junto ao público ouvinte; e transmitidos em emissoras líderes de audiência.

No entanto, nem só de vitoriosos na política é composto o universo dos radialistas londrinenses. Encontramos um número igualmente significativo de radialistas que se lançaram à aventura político-eleitoral e não obtiveram vitórias; além de uma parcela ainda maior de radialistas que – apesar de grande sucesso na profissão e dos insistentes convites de partidos – não entraram para a vida política e nunca foram candidatos a cargos eletivos, por motivação ética, profissional e/ou pessoal.

Com base nos dados coletados, consideramos que houve em Londrina no período estudado – a exemplo de outras cidades do país – uma relação marcante entre o sucesso na profissão de radialista e o posterior êxito eleitoral. Mas esta relação não é linear, não sustenta aquele senso popular de que basta ser radialista para se eleger facilmente a qualquer cargo político. Pelo contrário, encontramos 17 radialistas que se candidataram, alguns mais de uma vez, e nunca se elegeram vereador.

A realidade encontrada pela pesquisa é mais complexa do que parece aos olhos comuns. Coincidentemente, quatro radialistas que foram os mais votados para a Câmara Municipal não conseguiram a reeleição nos pleitos seguintes. Eles, e outros que não se reelegeram deputados estaduais, admitiram que não conseguiram conciliar as carreiras de radialista e de político de maneira harmoniosa; e que, em determinados momentos frustraram as expectativas de seus “ouvintes-eleitores”. Como analisou a pesquisadora Márcia Vidal Nunes (2000, p. 64):

O compromisso com o ouvinte no campo radiofônico não garante uma atuação similar do radialista no campo político. (...) Muitos dos radialistas

eleitos não conseguem fazer praticamente nada do que haviam prometido, o que gera frustração no ouvinte-eleitor. (...) No campo político é diferente; suas regras, normas e processos extremamente burocratizados impedem o radialista-político de atender às pessoas individualmente. (...) A magia é quebrada. O radialista já não pode tudo. (...) Dividido entre o rádio e a política, ele se enfraquece. Enfraquecido, o risco de fracassar é enorme.

Ficou demonstrado pelo estudo, portanto, que além de um poderoso instrumento de dominação e reprodução ideológica do Estado, o rádio pode ser utilizado como um importante meio para o êxito eleitoral inicial por parte de seus profissionais. Ressalvese, no entanto, que o veículo – por si só – em nenhuma circunstância garantiu a reeleição dos radialistas-políticos, por maior sucesso que eles tivessem junto a milhares de ouvintes.

O rádio, como formador de opinião que goza de significativa credibilidade junto à população, ajuda a criar ao longo dos anos o capital eleitoral dos radialistas – que mais tarde atuarão como políticos *outsiders*. Isto possivelmente represente uma vantagem, também de difícil quantificação, sobre os demais candidatos que não dispõem deste “cabo eleitoral eletrônico” nos meses e anos que antecedem a maratona eleitoral. Mas, além disto, o radialista necessita agregar à sua campanha – para alcançar a desejada vitória nas urnas – uma boa marca partidária, uma infra-estrutura material razoável, competência para se adaptar às exigências do mundo da política institucional, e recursos financeiros muitas vezes não disponíveis. Porque, como afirmaram alguns entrevistados, “o rádio ajuda bastante, mas não faz milagres”.

Em termos científicos, os principais passos da pesquisa foram seguidos e alcançados nas suas especificidades. O estudo identificou e contextualizou historicamente os pontos centrais do objeto; descreveu e caracterizou quantitativa e qualitativamente o fato pesquisado no período delimitado; utilizou o embasamento teórico disponível na área; entrevistou o maior número possível de personagens; analisou, selecionou, interpretou e refletiu sobre os dados e documentos coletados.

É cada vez maior o interesse de pesquisadores pela história da mídia e pelos efeitos dos MCM sobre a política e as eleições no Brasil; com crescente número de estudos realizados na área por cientistas da Comunicação, da História e da Sociologia nas últimas décadas. Por estar revestido de complexidade, este tema gera grande polêmica. Esperamos contribuir, com o presente texto, para um aprofundamento das discussões e melhor entendimento desta relação existente entre a mídia como um todo – e o rádio em



particular – e a história política nacional; além de especificamente sobre a trajetória de radialistas enquanto personagens ativos nas eleições político-partidárias em Londrina.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Sérgio Arapuã de. **Como vencer eleições usando TV e rádio**. São Paulo: Nobel, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa/Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Rio de Janeiro: Bloch, 1988.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

COSTA, Osmani Ferreira da. **Rádio e Política**. Londrina: Editora da UEL, 2005.

COSTELLA, Antônio F. **O controle da informação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1980.

ESCH, Carlos Eduardo. Do Microfone ao Plenário. In: **Rádio no Brasil – Tendências e Perspectivas**. DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). Brasília: UnB, 1999.

FEDERICO, Maria E. Bonavita. **História da comunicação: rádio e TV no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1982.

GUARESCHI, Pedrinho. **Comunicação & poder na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1981.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio e política: tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: PUC, 1997.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico do Brasil, 2000**. Rio de Janeiro: IBGE, 2001.

JOFFILY, José. **Londres – Londrina**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

LAMOUNIER, Bolívar. **Os partidos e as eleições no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo: enxada e voto**. 6 ed. São Paulo: Alfa-Omega, 1993.

LOPES, Maria Immacolata V. **O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social**. São Paulo: Loyola, 1988.

MACHADO, Arlindo (Org.). **Rádios livres: a reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MELO, José Marques de (Org.). **Populismo e comunicação**. São Paulo: Cortez, 1981.

_____. **Sociologia da imprensa brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1973.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.



NUNES, Márcia Vidal. **Do microfone ao palanque:** os radialistas políticos em Fortaleza: 1982-96. São Paulo: AnnaBlume, 2000.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no Rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

PAIM, Antônio (Org.). **Partidos políticos e sistemas eleitorais no Brasil.** Brasília: UnB, 1982.

PEROSA, Lílian Maria F. de Lima. **A hora do clique.** São Paulo: Annablume, 1995.

PINHEIRO, Francisca Souza Mota e. **Da Rádio Londrina à Rádio Universidade.** Londrina: Editora da UEL, 2001.

RITA, Chico Santa. **Batalhas eleitorais:** 25 anos de marketing político. São Paulo: Geração, 2001.

SILVA, Maurício F. da. **Quem me elegeu foi o rádio.** São Paulo: Olho D'Água, 2000.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco.** Petrópolis: Vozes, 1978.

_____. **O monopólio da fala.** Petrópolis: Vozes, 1977.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou.** São Paulo: Harbra, 1999.

TOMAZI, Nelson Dacio. **Norte do Paraná:** histórias e fantasmagorias. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 2000.

TRIGUEIROS NETO, Marinósio. **História da imprensa de Londrina.** Londrina: UEL, 1991.