



ENTRE O RÁDIO E A URNA: O engajamento e desempenho de “candidatos radiofônicos” nas eleições municipais do Cariri-CE ¹

BETWEEN RADIO AND THE VOTING MACHINE: The engagement and performance of “radio candidates” in the municipal elections in Cariri-CE

Débora Silva Costa ²

Resumo: À luz dos conceitos de “coronelismo eletrônico” (SANTOS, 2006) e “comunicadores-políticos” (AIRES, 2017), o presente estudo se dedica a verificar o engajamento e desempenho de candidatos ligados a emissoras de rádio nas últimas cinco eleições municipais em Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha. A pesquisa comparativa considera três cenários de análise: por cidade, por vínculo com o rádio e por pleito eleitoral. Os resultados mostram que, quanto ao desempenho eleitoral, a taxa de sucesso dos “candidatos radiofônicos” quando concorrem à prefeitura é maior que a daqueles que não são ligados ao rádio, enquanto na disputa pela vereança o desempenho é menor. A análise também revelou que os donos de rádios e seus parentes têm performance eleitoral melhor que os radialistas, que a cidade de Juazeiro do Norte tem maior percentual de candidaturas em relação às demais, e que o pleito de 2020 apresentou o maior número de “candidatos radiofônicos”, mas também o pior desempenho entre as eleições observadas.

Palavras-Chave: Cariri. Rádio. Desempenho eleitoral.

Abstract: In the light of the concepts of “electronic coronelism” (SANTOS, 2006) and “politician-communicators” (AIRES, 2017), this study is dedicated to verifying the engagement and performance of candidates linked to radio stations in the last five municipal elections in Crato, Juazeiro do Norte and Barbalha. The comparative research considers three scenarios of analysis: by city, by link with the radio and by elections. The results show that, in terms of electoral performance, the success rate of “radio candidates” in running for mayor was higher than that of candidates not linked to radio stations, while in the dispute for city councilor the performance is lower. The analysis also revealed that the radio owners and their relatives have better electoral performance than broadcasters, that the city of Juazeiro do Norte has a higher percentage of candidates compared to the other cities, and that the 2020 elections had the largest number of “radio candidates”, but also the worst performance among the observed elections.

Keywords: Cariri. Radio. Electoral performance.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Eleições e Práticas de Comunicação do IX Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (IX COMPOLÍTICA), realizado de 24 a 28 de maio de 2021.

² Doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM UFC), mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM UFPE) e graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri (UFCA). E-mail: debora-s.costa@hotmail.com

1. Introdução

O sistema de comunicação no Brasil tem sido historicamente “controlado por grupos familiares vinculados às elites políticas regionais e locais” (LIMA, 2004, p. 55). Um exemplo disso é a região do Cariri-CE, onde as emissoras de rádio em sua maioria estão ligadas direta ou indiretamente a figuras políticas. Este fenômeno foi o que motivou a realização de pesquisa de doutorado (COSTA, 2020), que tem como objeto as rádios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha (Crajobar) - as três principais cidades da região - que tenham relação com indivíduos que ocupem, já tenham ocupado ou porventura venham a pleitear cargos políticos. Entre as 19 emissoras de rádio dos três municípios, atualmente 9 pertencem direta ou indiretamente a figuras políticas. Sem falar nos radialistas que atuam nessas emissoras caririenses, os quais frequentemente se candidatam a cargos eletivos, numa quantidade que, até o presente artigo, ainda não havia sido contabilizada.

Ainda em sua etapa inicial, a pesquisa de doutorado já realizou coleta de dados e gravação das programações durante as eleições de 2020. Um questionamento que surgiu já neste primeiro momento foi o seguinte: em que medida a influência midiática desses atores (proprietários e profissionais das emissoras) pode ter impactado no seu engajamento e desempenho eleitoral? Entre as constatações iniciais estão: a) 24 radialistas que trabalham nas emissoras do Crajobar pleitearam cargos eletivos nas últimas eleições municipais, sendo 23 candidatos à vereança e 1 à prefeitura; b) da mesma forma, 5 donos de rádios ou seus parentes próximos também candidataram-se nestas eleições: 1 dono de rádio concorreu para prefeito, e 4 parentes de donos de rádio candidataram-se, 2 à vice-prefeitura e 2 à vereança; c) destes 29 candidatos ligados a emissoras, nenhum conseguiu ser eleito no pleito de 2020.

De imediato duas coisas chamam a atenção nestes dados: o grande número de “candidatos radiofônicos” (aqui incluídos radialistas, radiodifusores e seus parentes) pleiteando cargos políticos; e o resultado nulo em termos de desempenho eleitoral. No entanto, estas informações precisam ser postas em um contexto mais amplo, pois o que, à primeira vista, parece ser um fato surpreendente, pode ser apenas

desdobramento de uma tendência que já se configurava em períodos anteriores. A fim de avaliar estes resultados com maior profundidade, foi adotada neste trabalho uma perspectiva comparativa, considerando três cenários de análise do engajamento e desempenho eleitoral dos candidatos ligados ao rádio: por município do Crajubar, por tipo de vínculo com o rádio e por pleito eleitoral.

Como ponto de partida para a análise, foram traçadas duas hipóteses a serem aqui verificadas: a) que em 2020 aumentou o percentual de candidatos ligados ao rádio em relação ao universo geral de candidatos; e b) que neste mesmo ano diminuiu a taxa de sucesso destes candidatos em relação ao desempenho dos demais concorrentes que não têm vínculo com emissoras. Para apurar tais fatos, foram coletados dados na plataforma DivulgaCandContas do Tribunal Superior Eleitoral, os quais foram compilados, organizados e calculados percentualmente, a fim de possibilitar a realização de comparações entre realidades diversas. Esses dados obtidos foram confrontados com conhecimentos paralelos sobre o rádio cariense.

À luz dos conceitos de “coronelismo eletrônico” (SANTOS, 2006) e “comunicadores-políticos” (AIRES, 2017), pretende-se contribuir na compreensão de como a radiodifusão pode ser arma importante no processo político, seja nas mãos dos chefes locais proprietários de rádios (LOPES, 2018) ou dos profissionais que diariamente manifestam-se nessas emissoras (NUNES, 2000). O estudo dos dados sobre o engajamento e desempenho eleitoral de figuras ligadas ao rádio obtidos na pesquisa empírica de uma região metropolitana no interior do Nordeste, embora contemple um contexto bastante localizado, pode ser revelador de possível mudança na influência da radiodifusão no processo político-eleitoral em âmbito regional.

2. Da urna para o rádio e do rádio para a urna

Em contextos onde uma forte conexão entre meios de comunicação e grupos políticos é aliada a um sistema político competitivo e instável, como é o caso brasileiro, as organizações midiáticas revelam-se mais que partidárias (ALBUQUERQUE, 2013, p. 752). Ainda que a participação na política não seja exclusividade da imprensa brasileira, o que a distingue é justamente que ela “concilia um papel político ativo com

a reivindicação do exercício de um lugar transcendental em relação às forças políticas particulares” (ALBUQUERQUE, 2009, p. 10). É nessa construção cotidiana como verdadeiras representantes da opinião pública que as mídias estabelecem sua posição privilegiada por meio da qual passam a pleitear liderança no cenário político.

A percepção da mídia e da política como campos de discursos legitimantes pode auxiliar na compreensão, por exemplo, do poder simbólico (BOURDIEU, 1989, p. 14) que essa combinação pode conferir aos sujeitos que atuam em ambas as esferas. “A mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas permeando diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular, a esfera da política” (LIMA, 2004, p. 50). O Brasil, com suas características históricas específicas, torna-se um celeiro de casos de homologia entre os campos (BOURDIEU, 1989, p. 153) político e midiático, especialmente no processo eleitoral. Em se tratando do rádio, por exemplo, essa relação tem se operado comumente por dois caminhos:

De um lado, radialistas com programas de grande audiência que se candidataram a cargos públicos e foram eleitos com os votos dos ouvintes. De outro, políticos que se tornaram donos de emissoras, vinculando o seu apoio ao Executivo à concessão de canais AM ou FM. Nos dois casos, os objetivos têm sido, quase sempre, usar o rádio como meio de divulgação pessoal e obter vantagens com isso, principalmente eleitorais. (NUNES, 2010, p. 18)

Vários pesquisadores têm se dedicado a estudar cada um destes movimentos de uso político das emissoras de rádio. A forma de exploração mais evidente é o *uso da influência política para obter influência midiática*, onde indivíduos aproveitam-se dos seus cargos políticos para angariar veículos de comunicação. Essa prática tem sido comumente denominada “coronelismo eletrônico”, expressão que indica “o cenário recente brasileiro no qual deputados e senadores se tornaram proprietários de empresas concessionárias de rádio e televisão e, simultaneamente, participam das comissões legislativas que outorgam os serviços e regulam os meios de comunicação no país” (SANTOS, 2006, p. 3). O fenômeno foi assim designado por remeter ao histórico Coronelismo, uma vez que também é “baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais” (SANTOS, 2006, p. 6) que, atualmente, são os proprietários dos veículos de comunicação.

A moeda de troca continua sendo o voto, como no velho coronelismo. Só que não mais com base na posse da terra, mas no controle da informação – vale dizer, na capacidade de influir na formação da opinião pública. A recompensa da União aos coronéis eletrônicos é de certa forma antecipada pela outorga e, depois, pela renovação das concessões do serviço de radiodifusão que confere a eles poder na barganha dos recursos para os serviços públicos municipais, estaduais e federais (LIMA; LOPES, 2004, p. 3).

No entanto, é preciso ter cuidado ao falar em “coronel eletrônico”, já que essa adaptação apressada do conceito pode levar à sua descaracterização, dando a ideia de que se refere a “toda personagem que simultaneamente exerce mandato eletivo e é proprietária de meios de comunicação” (SANTOS, 2006, p. 10 e 11). Em vez disso, o político dono da mídia deve ser sempre entendido como parte de um sistema mais amplo que o sustenta, o qual é baseado no controle dos meios de produção, em relações clientelistas e na debilidade da distinção entre o público e o privado (SANTOS, 2006, p. 12). Nesse sistema estão incluídas também as relações de parentesco, seja por causa que “a direção das empresas no âmbito local e regional é, usualmente, cedida aos parentes” (SANTOS, 2006, p. 18), ou porque os radiodifusores tentam lançar seus familiares na política. “Quanto mais prestigiadas são as relações interpessoais em questão, mais importante é o capital social” (BARROS JÚNIOR, 2015, p. 93).

Embora mais difícil de ser monitorado e escapando aos controles da legislação, há também um movimento crescente na direção oposta: o *uso da influência midiática para obter influência política*. São figuras que beneficiam-se do destaque nos meios de comunicação para pleitear cargos políticos. Na tentativa de compreender esse fenômeno, foi elaborado o conceito de “comunicadores-políticos” (AIRES, 2017), abrangendo todos aqueles profissionais da comunicação que se filiam a partidos políticos e cogitam candidatura. “Mesmo que tais personagens não avancem no processo eleitoral entendemos que, nestes casos, já se estabelece uma relação política significativa, a partir da possibilidade de uma candidatura e/ou filiação partidária publicizada” (AIRES, 2017, p. 19). E é geralmente no rádio que esse tipo de comunicador encontra “o primeiro facilitador para ingressar na carreira política [...], que ele constrói sua imagem e fica conhecido” (KASEKER, 2004, p. 26).

Provenientes das mais diversas áreas, radialistas esportivos, policiais, políticos, apresentadores de programas de variedades, pastores evangélicos,



eles tecem discursos diferenciados, mas seus objetivos seriam os mesmos: conquistar a confiança do povo, transformando-se em seu porta-voz e, mais tarde, em “delegado do ouvinte”, realizando através do ingresso da política, a ilusão de que o radialista político, por conhecer profundamente as necessidades do povo, seria seu melhor representante e o único capaz de concretizar essas aspirações, já que a classe política tradicional se encontraria desacreditada (NUNES, 2000, p. 67).

Vale ressaltar que esses “comunicadores-políticos” não estão à parte do “coronelismo eletrônico”, antes desempenham importante papel neste sistema, já que “a ascensão política destes profissionais está baseada no desequilíbrio no debate/resultado eleitoral provocado pelo acesso desigual aos meios” (AIRES, 2017, p. 54). Apesar de evidente a participação de “coronéis eletrônicos” e “comunicadores-políticos” em ambos os campos simbólicos, o político e o midiático, é preciso investigar em que medida a posição privilegiada desses atores radiofônicos de fato impacta no seu desempenho eleitoral. Isso porque, quer a influência se dê da urna para o rádio ou do rádio para a urna, nem sempre será garantia de sucesso eleitoral.

3. Descrição dos procedimentos

Com o intuito de reunir elementos que ajudassem a responder à pergunta que norteia esta pesquisa, foi necessário primeiramente realizar uma escavação mais profunda, buscando coletar dados mais detalhados e precisos. Também se mostrou de grande importância a elaboração de uma metodologia que proporcionasse uma visão mais clara e abrangente do que de fato representa este resultado eleitoral aparentemente surpreendente do ano de 2020. Nesse sentido, optou-se por ampliar o escopo da pesquisa para incluir também os quatro pleitos municipais imediatamente anteriores, buscando verificar se o engajamento e desempenho eleitoral de 2020 são uma exceção à regra ou uma tendência que se mostra ao longo dos anos. A fim de empreender esta análise comparativa, foram considerados três tipos de cenários: os resultados por município (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), por tipo de vínculo com o rádio (radialista, radiodifusor ou parente de radiodifusor), e por pleito eleitoral (2004, 2008, 2012, 2016 e 2020).

Conforme já exposto, os municípios aqui estudados são Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, porque, além de objetos da pesquisa de doutorado em andamento,

também são locais onde são bastante fortes e diversos os vínculos entre emissoras de rádio e figuras políticas. Certamente existem importantes diferenças nos perfis dessas cidades e na forma como se opera este fenômeno político-midiático em cada uma delas (algo que, inclusive, este trabalho ajudará a mostrar). Mas a opção por fazer uma análise dos três municípios em conjunto (Crajobar) faz sentido, porque: a) eles são uma conurbação, cidades com limites pouco definidos e trânsitos constantes entre si (tanto físicos como humanos); e b) são o centro de uma área metropolitana, a Região Metropolitana do Cariri, que influencia econômica, social e politicamente as demais cidades ao redor. Esta proximidade entre as cidades interfere até mesmo nas duas dimensões aqui analisadas - o campo midiático e o processo político-eleitoral³ - e nos intercâmbios entre elas.

Já em relação aos tipos de vínculos dos candidatos com o rádio, foram elaboradas três categorias: radialista, radiodifusor e parente de radiodifusor. Entende-se que estas duas últimas estão mais próximas entre si, sendo representativas do que no tópico anterior foi definido como “coronelismo eletrônico”. Para os propósitos desta pesquisa foram incluídos neste grupo os candidatos a cargos políticos que são proprietários de emissoras, seja de forma direta (outorga em seu próprio nome) ou indireta (concessão em nome de intermediários, os “laranjas”), bem como os seus parentes imediatos⁴ (pais, filhos, irmãos, avós e netos) que porventura tenham se candidatado nos pleitos municipais de 2004 a 2020. A categoria de radialista, por sua vez, está mais próxima da noção de “comunicadores-políticos”, de modo que foram considerados deste grupo todos os profissionais que atuam na programação das emissoras de rádio de forma direta (âncora, locutor, comentarista, repórter, etc.) e que tenham pleiteado cargos políticos nas cinco últimas eleições municipais.

A opção por analisar as eleições municipais se justifica pelo fato de que foram o pleito mais recente ocorrido no país, cujos resultados são os mais atuais para avaliar o engajamento e desempenho eleitoral das figuras ligadas ao rádio. Além disso, são

³ Para citar alguns exemplos: o sinal da maioria das emissoras tem alcance nos três municípios; os noticiários das rádios locais geralmente fazem cobertura noticiosa das três cidades; há radialistas que atuam em veículo de uma cidade, mas se candidatam a cargo político em outra; há radiodifusores que obtiveram outorga para operar em uma localidade, mas que instalam suas emissoras no município vizinho (o que inclusive é ilegal).

⁴ Considerou-se aqui apenas parentes de primeiro e segundo grau em linha reta.

estas as eleições mais ligadas ao contexto do município, de modo que se pode analisar com mais precisão a influência da radiodifusão local nos resultados eleitorais. Embora haja figuras ligadas ao rádio no Cariri que disputam também as vagas para deputado estadual, deputado federal e senador, optou-se aqui por não misturar as eleições municipais com as eleições gerais, já que estas possuem modos de funcionamento muito diferentes entre si.

A seleção dos cinco pleitos municipais (2004, 2008, 2012, 2016 e 2020), além de ter sido pensada de forma a permitir uma amplitude maior de análise, também foi definida por outra circunstância, alheia ao controle da pesquisadora: apenas essas eleições citadas tinham todas as informações imprescindíveis para a presente pesquisa disponíveis em base de dados para consulta na internet. Estas informações necessárias são justamente os perfis individuais dos candidatos, onde constam elementos como: nome na urna, nome completo e ocupação. No caso, cada uma destas eleições teve seu material encontrado na plataforma Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais (DivulgaCandContas, disponível no site: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>), do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que disponibiliza para consulta os perfis de candidatos desde o pleito de 2004.

No sistema de busca de cada pleito eleitoral e município, foram procuradas as seguintes informações, referentes a cada cargo disputado a nível municipal (prefeito, vice-prefeito e vereador⁵):

- 1) Total de vagas pleiteadas
- 2) Total de candidatos⁶
 - a) Total de indivíduos ligados ao rádio (número de candidatos e de eleitos)⁷
 - i. Radialistas (número de candidatos e de eleitos)
 - ii. Radiodifusores (número de candidatos e de eleitos)
 - iii. Parentes de radiodifusores (número de candidatos e de eleitos)

⁵ Tomou-se o cuidado de não agrupar estes três tipos de cargos para uma análise única, porque entende-se que são de escalas diferenciadas.

⁶ Foram contados apenas os candidatos com cadastro deferido, sendo excluídos os candidatos nas seguintes situações: indeferido, renúncia, cancelado, falecido e pedido não conhecido. A exceção foi apenas para o candidato Manoel Salviano no pleito de 2008 em Juazeiro do Norte, pois embora tenha tido sua candidatura cassada, recorreu e pôde concorrer na referida eleição.

⁷ Os dados de a) foram obtidos pela soma de i., ii. e iii.

b) Total de indivíduos não ligados ao rádio (número de candidatos e de eleitos)⁸

A lista de figuras ligadas ao rádio envolvidas na política local vem sendo construída por esta pesquisadora ao longo da última década, com informações obtidas a partir do cruzamento de diversas fontes, sejam documentos oficiais, bases de dados na internet, jornais e sites de notícias, pesquisas acadêmicas, visitas às emissoras, listas de programação, entrevistas com funcionários das rádios, etc. Esta pesquisa surge em 2011, por meio do Projeto de Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri (MAPEAMENTO, 2013), iniciativa desenvolvida pelo curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), da qual a pesquisadora participou ainda como estudante de graduação. Atualmente o trabalho tem sido conduzido pela pesquisadora através de seu projeto de doutorado “Entre o rádio e a urna: A radiodifusão do Cariri-CE como palanque para o coronelismo eletrônico” (COSTA, 2020), desenvolvido no âmbito do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM UFC).

Além desta pesquisa prévia, foram adotados alguns outros procedimentos para uma definição mais exata da lista de indivíduos ligados ao rádio candidatos a cargos políticos (a). Em relação aos candidatos radialistas (i), uma primeira tarefa foi a de verificar no próprio nome do candidato exibido na urna eletrônica se havia o acréscimo de algum termo que fazia alusão ao fato de este ser ligado ao rádio, como as palavras “locutor”, “radialista”, “repórter”, etc. Um segundo trabalho foi a verificação dos perfis dos candidatos um a um, se estes mencionavam no item ‘Ocupação’ fato de serem profissionais do rádio. Dentre as respostas-padrão, são quatro as que foram consideradas para averiguação: ‘Locutor e Comentarista de Rádio e Televisão e Radialista’; ‘Comunicólogo’; ‘Jornalista e redator’; e ‘Operador de Equipamento de Rádio, Televisão, Som e Cinema’.

A partir da verificação destes resultados iniciais, foram retirados aqueles candidatos que não trabalham no rádio, mas sim em outras mídias (impressos, TV e internet, por exemplo), aqueles que são do rádio, mas que trabalham apenas em

⁸ Os dados de b) foram obtidos pela subtração de a) do total de candidatos (2).

funções de bastidores (operação de áudio, produção, edição, etc.), e aqueles que atualmente trabalham no rádio, mas ainda não eram radialistas em emissoras de rádio do Crajubar na ocasião da sua candidatura a cargo eletivo. Aliado a estes esforços, um terceiro trabalho foi o de inclusão daqueles nomes que, embora nos dados oficiais não se identificassem profissionalmente como radialistas, mas constavam na lista já citada, de figuras conhecidas pela pesquisadora em seus dez anos de pesquisa empírica do rádio caririense.

Os dados dos radiodifusores (ii) e de seus parentes (iii) foram obtidos a partir de procedimentos mais ou menos semelhantes. A compilação dos nomes de todos os donos de emissoras de rádio da região do Cariri veio do trabalho supramencionado desenvolvido pela pesquisadora. Partindo destes dados, o próximo passo foi a verificação da presença destes indivíduos na política local (ii), através da busca de seus nomes nas listas de candidatos dos pleitos municipais aqui analisados. Estes resultados foram então filtrados, tendo sido excluídas aquelas candidaturas em que o político ainda não tivesse ligação com propriedade de emissoras no Crajubar, vindo a adquirir sua emissora posteriormente⁹. Já a investigação das candidaturas de seus parentes próximos (iii) foi feita tanto pela observação do nome dos candidatos na urna, se este fazia alusão a algum político radiodifusor (por exemplo: Arthur de Zé Adegá, David de Raimundão, Erik de Gurgel), como também pela constatação de sobrenome semelhante ao do dono de emissora, verificando posteriormente se de fato havia parentesco e em que grau.

Obviamente que estes procedimentos, por mais cuidadosos que tenham sido, podem ter deixando passar um nome ou outro de figura ligada ao rádio. Pode haver, por exemplo, outros nomes que, ao longo das últimas duas décadas, tenham apresentado programas nas rádios dos três municípios aqui estudados. No entanto, como a visibilidade é fator imprescindível para a ascensão de um “comunicador-político”, certamente não seria apenas a presença esporádica de um indivíduo em

⁹ Foram consideradas para os objetivos deste trabalho apenas as candidaturas posteriores ao momento em que estes indivíduos estabeleceram ligações com emissoras, já que a intenção da análise é comparar o desempenho eleitoral dos candidatos que já são proprietários de veículos em relação aos que não o são. Uma posterior ramificação deste trabalho pode verificar se houve diferença entre o desempenho eleitoral de um mesmo indivíduo antes e depois de tornar-se dono de rádio.

programações de rádio de parca audiência que o faria conhecido do eleitorado, e muito menos que contribuiria para que fosse eleito.

O mesmo pode-se dizer dos candidatos que são parentes de radiodifusores. Não é incomum que haja parentes próximos que não têm o mesmo sobrenome. Mas, como a proximidade com o “coronel eletrônico” é fator fundamental para o engajamento (e possível sucesso) destas figuras na política, não seria produtivo para este candidato desprezar a ligação familiar, ainda que fosse apenas artificialmente, pela alusão ao nome do radiodifusor. Dito isto, entende-se que, na presente pesquisa, estão certamente contemplados todos os nomes mais conhecidos do rádio local, sejam os radialistas ou os radiodifusores e seus parentes.

Finalmente, tendo sido coletados, filtrados e organizados esses dados, partiu-se para uma segunda etapa, com o cálculo de alguns percentuais usados como referência para a análise. Este procedimento foi adotado porque entende-se que as comparações aqui pretendidas só podem ser feitas em termos proporcionais, não absolutos. Isso porque, dentro deste universo político-midiático tomado para análise, há muitos dados variáveis dependendo de cada situação: cada pleito tem um número diferente de candidatos¹⁰ e de cargos em disputa¹¹, cada cargo disputado tem um cálculo diferente para sua eleição¹², cada cidade tem um número diferente de eleitores¹³, e também de emissoras de rádio¹⁴ e, conseqüentemente, de radialistas e radiodifusores que possam vir a se candidatar, entre outros. Tomou-se, portanto, o cuidado de não comparar coisas que não podem ser comparadas. Deste modo, dois percentuais foram adotados como base para facilitar as correlações, assim definidos:

- 1) *Porcentagem do total*: O quanto um grupo específico representa dentro do universo do total de candidatos a determinado cargo. Ajuda a comparar a

¹⁰ A proporção de candidatos por vaga na vereança é bem maior que na disputa pela prefeitura.

¹¹ O número de vereadores eleitos em cada município foi aumentado a partir das eleições de 2012.

¹² Na disputa pela prefeitura o sistema utilizado é majoritário, em que será eleito o candidato com a maioria dos votos, e os candidatos concorrem através de chapas, com prefeito e vice-prefeito. Já na eleição para vereador utiliza-se o sistema proporcional, aplicando o cálculo do quociente eleitoral.

¹³ Juazeiro do Norte é a maior cidade do Crajubar, com 174.604 eleitores, Crato fica em segundo lugar com 86.267, seguida por Barbalha com 45.490 (dados de novembro de 2020).

¹⁴ Atualmente Juazeiro do Norte tem 9 emissoras, Crato tem 7 e Barbalha apenas 3. Esses números variaram ao longo das últimas décadas, já que algumas emissoras só foram inauguradas recentemente.

quantidade de candidatos ligados ao rádio e seus subgrupos (radialistas, radiodifusores, parentes de radiodifusores) em cada cidade e em cada pleito.

- 2) *Taxa de sucesso*: Entre os candidatos de um grupo específico, qual o percentual dos que foram de fato eleitos a determinado cargo. Ajuda a comparar o desempenho dos “candidatos radiofônicos” com o dos que não têm ligação com o rádio; o desempenho de radialistas com o de radiodifusores e seus parentes; e o desempenho de cada grupo específico em cada cidade e em cada pleito.

Toda metodologia tem suas limitações, e desde já é importante fazer ressalvas quanto aos procedimentos adotados. Primeiramente destacar que alguns números coletados são bem pequenos, já que referem-se à realidade de municípios, de modo que, em alguns casos, é complicado extrapolar conclusões, mesmo percentualmente. Em segundo lugar, esta pesquisadora reconhece que não possui pleno domínio da manipulação de dados estatísticos, tendo elaborado esta metodologia apenas até onde os seus conhecimentos alcançam. A adoção deste método vem pela curiosidade de visualizar com mais profundidade os resultados dos “candidatos radiofônicos” nas eleições 2020, e a inspiração vem de pesquisas similares (NUNES, 2000; KASEKER, 2004; AIRES, 2017; LOPES, 2018, entre outras). Finalmente, os números por si sós são incapazes de explicar realidades complexas. Optou-se, portanto, por verificar aqui somente as tendências principais, contando com os percentuais apenas como apoio para facilitar a análise dos dados, que serão confrontados com conhecimentos prévios da pesquisadora sobre a realidade da radiodifusão local. Os números obtidos estão organizados sob a forma de tabelas, a fim de facilitar sua visualização e comparação.

4. Engajamento e desempenho dos “candidatos radiofônicos” nas eleições municipais do Cariri-CE

Um panorama geral do Crajubar (TAB. 1) nos cinco últimos pleitos municipais revela que foram ao todo 51 candidatos¹⁵ ligados ao rádio em 76 candidaturas (16

¹⁵ 38 radialistas, 6 radiodifusores e 7 parentes de radiodifusores.

candidatos concorreram mais de uma vez¹⁶). O impacto destes números só pode ser melhor apreendido dentro do contexto das candidaturas em geral. E nesse sentido, os candidatos ligados ao rádio no Crajubar representaram 22% dos que pleitearam a prefeitura, 12% dos que concorreram vice-prefeitura e 2% dos que disputaram vagas nas câmaras municipais. Em relação aos cargos pleiteados, 73,7% das candidaturas de figuras ligadas ao rádio foram para vereança (56) e os outros 26,3% para prefeitura, com uma preferência maior pelo cargo de prefeito (13) que de vice-prefeito (7).

TABELA 1
Engajamento e desempenho eleitoral geral dos candidatos ligados ao rádio

CARGO DISPUTADO	ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004 a 2020								
	PREFEITO	% do total	% sucesso	VICE-PREFEITO	% do total	% sucesso	VEREADOR	% do total	% sucesso
Total de candidatos	59	-	-	59	-	-	2777	-	-
Total de vagas pleiteadas	15	-	-	15	-	-	233	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	78%	23,9%	52	88,1%	25%	2721	98%	8,4%
	eleitos			13			229		
Ligados ao rádio	candidatos	22%	30,8%	7	11,9%	28,6%	56	2%	7,1%
	eleitos			4			4		

FONTE – Autoria própria.

Sobre o desempenho eleitoral (TAB. 1) desses “candidatos radiofônicos”, a maior diferença foi mesmo na disputa para prefeito, com uma taxa de sucesso de 30,8% para aqueles que possuem vínculos com emissoras (o que representa 29% a mais em relação aos candidatos que não são ligados ao rádio). Quando ocuparam a chapa como vice-prefeitos, as figuras ligadas ao rádio conseguiram êxito de 28,6%, representando um crescimento de 14,4% em relação aos demais candidatos. Mas sobre o desempenho na disputa pela vereança, o resultado foi na contramão: os

¹⁶ Mais precisamente: 8 candidataram-se duas vezes, 7 candidataram-se três vezes e 1 candidatou-se quatro vezes.

dados mostraram que a taxa de eleição é de 7,1%, sendo 15,5% menor que a dos candidatos não ligados ao rádio.

Obviamente que esta é uma primeira visualização dos dados, bem generalizada. A melhor compreensão do que eles significam passa por um olhar mais detido sobre cada cenário específico que aqui foi traçado (por município, por vínculo com o rádio e por pleito eleitoral). Desde já é importante destacar que serão introduzidas algumas informações contextuais que auxiliam no entendimento dos dados obtidos neste trabalho, mas que nem de longe podem ser consideradas como as explicações únicas para um desempenho eleitoral cuja análise é certamente multifatorial.

Por município do Crajubar

Em relação às candidaturas (TAB. 2), a média dos dados das eleições municipais de 2004 a 2020 revela que, entre as três cidades, Juazeiro do Norte é a que possui o maior percentual de figuras ligadas ao rádio que se colocam como candidatas. Seja na disputa para prefeito (33,3%), vice-prefeito (25%) ou vereador (3,3%), em Juazeiro do Norte a proporção de “candidatos radiofônicos” em relação ao todo supera aquela encontrada nos outros municípios.

TABELA 2

Engajamento e desempenho eleitoral dos candidatos ligados ao rádio por município do Crajubar

CRATO		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004 a 2020							
Cargo disputado	PREFEITO	% do total	% sucesso	VICE-PREFEITO	% do total	% sucesso	VEREADOR	% do total	% sucesso
Total de candidatos	20	-	-	20	-	-	925	-	-
Total de vagas pleiteadas	5	-	-	5	-	-	79	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	19	95%	19	95%	26,3%	917	99,1%	8,6%
	eleitos	5		5			79		
Ligados ao rádio	candidatos	1	5%	1	5%	0%	8	0,9%	0%
	eleitos	0		0			0		
JUAZEIRO DO NORTE		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004 a 2020							
Total de candidatos	24	-	-	24	-	-	1285	-	-

Total de vagas pleiteadas	5	-	-	5	-	-	89	-	-	
Não ligados ao rádio	candidatos	16	66,7%	12,5%	18	75%	16,7%	1242	96,7%	6,9%
	eleitos	2			3			86		
Ligados ao rádio	candidatos	8	33,3%	37,5%	6	25%	33,3%	43	3,3%	7%
	eleitos	3			2			3		
BARBALHA										
ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004 a 2020										
Total de candidatos	15	-	-	15	-	-	567	-	-	
Total de vagas pleiteadas	5	-	-	5	-	-	65	-	-	
Não ligados ao rádio	candidatos	11	73,3%	36,4%	15	100%	33,3%	562	99,1%	11,4%
	eleitos	4			5			64		
Ligados ao rádio	candidatos	4	26,7%	25%	0	0%	0,0%	5	0,9%	20%
	eleitos	1			0			1		

FONTE – Autoria própria.

Sobre o desempenho eleitoral (TAB. 2), o mesmo destaque para Juazeiro do Norte se verifica na comparação com as outras duas cidades nas cinco eleições observadas. Neste município, as figuras ligadas ao rádio foram mais bem-sucedidas nas disputas à prefeitura (37,5%) e vice-prefeitura (33,3%), com taxas que são, respectivamente, o triplo e o dobro daquelas dos candidatos que não têm influência no rádio local quando concorrem a estes mesmos cargos. Somente na disputa pelas vagas na câmara municipal de Juazeiro que a tendência de boa performance se modifica, sendo a taxa de êxito praticamente a mesma (7%) para os candidatos do meio radiofônico e os demais concorrentes.

Barbalha demonstra ter um melhor desempenho de candidatos ligados ao rádio na votação para vereador, mas este resultado deve ser colocado em perspectiva, já que se trata de um número pequeno de candidatos, e a única candidatura a este cargo que foi exitosa foi justamente de um dono de emissora, Gurgel Correia, proprietário da Rádio Cariri FM (o peso deste tipo de vínculo será analisado no próximo tópico). Já na cidade de Crato, nas disputas em todos os cargos, o resultado é um só: nenhum dos candidatos ligados a emissoras conseguiu ser eleito em nenhum dos pleitos aqui analisados. Sendo assim, o Crato se torna a cidade com o pior desempenho dos “candidatos radiofônicos” na comparação com as outras cidades do Crajubar.

Na busca por possíveis explicações para esses dados, é preciso considerar:

- 1) *O número de rádios de cada município.* Barbalha possui uma quantidade bem menor de rádios em relação às outras duas cidades (3 emissoras contra 7 em Crato e 9 em Juazeiro do Norte), o que pode contribuir para um menor número de figuras (profissionais e proprietários) atuando nesses veículos e, conseqüentemente, um menor universo de possíveis “candidatos radiofônicos”.
- 2) *O número de rádios ligadas a “coronéis eletrônicos” em cada município.* Crato possui apenas 1 rádio nessa situação, sendo a cidade com menor número de emissoras pertencentes a políticos, enquanto Barbalha tem 2 de suas 3 rádios com apadrinhamento político, e Juazeiro do Norte se destaca como município que mais tem veículos radiofônicos vinculados a políticos (6 emissoras) - o que, de modo imediato, já fornece um universo maior de donos da mídia e seus parentes que podem vir a ser candidatos.
- 3) *A relação entre as rádios de coronéis e os radialistas candidatos.* Um levantamento preliminar de quais são as emissoras onde estes profissionais trabalham revelou que, embora no Crajubar 9 entre as 19 rádios sejam de coronéis (pouco menos da metade), mas estas emissoras abrigam 68,4% dos 38 radialistas que foram candidatos, o que aponta imediatamente para uma maior recorrência de engajamento político de radialistas naqueles veículos que pertencem a radiodifusores políticos¹⁷.

Por tipo de vínculo com o rádio

Em termos de candidaturas (TAB. 3), 56 foram de radialistas (73,7%), os “comunicadores-políticos”, e 20 (26,3%) associadas ao fenômeno do “coronelismo eletrônico” (9 de radiodifusores e 11 de parentes de radiodifusor). O que se observou é que os donos de emissoras se candidatam preferencialmente à prefeitura (7), os parentes de radiodifusores estão mais distribuídos entre vice-prefeitura (4) e vereança (6), e os radialistas estão majoritariamente presentes nas disputas a vereança (49). Aqui já se pode notar o protagonismo político dos donos da mídia, que dificilmente se

¹⁷ A constatação é importante e merece ser citada, mas não é o foco da presente pesquisa analisar essa relação, que certamente rende um estudo à parte.

propõem a concorrer a cargos de menor influência política. Por outro lado, radialistas demonstram não se arriscar muito em cargos que exigem maiores votações.

TABELA 3

Engajamento e desempenho eleitoral dos candidatos ligados ao rádio por vínculo com o rádio

TODOS OS MUNICÍPIOS		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004 a 2020								
Cargo disputado		PREFEITO	% do total	% sucesso	VICE-PREFEITO	% do total	% sucesso	VEREADOR	% do total	% sucesso
Não ligados ao rádio	candidatos	46	78%	23,9%	52	88,1%	25%	2721	98%	8,4%
	eleitos	11			13			229		
Radialistas	candidatos	5	8,5%	20%	2	3,4%	0%	49	1,8%	0%
	eleitos	1			0			0		
Radiodifusores	candidatos	7	11,9%	42,9%	1	1,7%	0%	1	<0,1%	100%
	eleitos	3			0			1		
Parentes de radiodifusores	candidatos	1	1,7%	0%	4	6,8%	50%	6	0,2%	50%
	eleitos	0			2			3		

FONTE – Autoria própria.

Quando ao desempenho eleitoral (TAB. 3), os 56 radialistas candidatos tiveram, em todos os cargos disputados, um desempenho menor que a média dos concorrentes não ligados ao rádio. Para ser mais exato, o desempenho só não foi totalmente nulo em todos os municípios e pleitos porque apenas um radialista foi eleito: Argemiro Sampaio Neto nas eleições de 2016, para a prefeitura de Barbalha. Cabe destacar que Argemiro não tem apenas o capital midiático próprio da figura de radialista, mas também capital político prévio, já que é neto de ex-prefeito da cidade.

Os donos de emissoras, por sua vez, tiveram uma performance bem diferente: no cargo em que mais se candidataram, o de prefeito, sua taxa de sucesso foi de 43%, o que representa quase 80% de aumento em relação à dos candidatos sem ligação

com o rádio¹⁸. E os parentes desses radiodifusores não ficam atrás: tiveram uma taxa de sucesso maior que a dos candidatos não ligados ao rádio tanto na vice-prefeitura como na vereança, com 50% de êxito em ambas as disputas.

Assim, de modo geral, pode-se concluir que o perfil de “coronelismo eletrônico” supera o de “comunicador-político” nas disputas eleitorais no Crajubar. Considerando todos os cargos disputados, para ter uma visão mais nítida da diferença entre ambos os grupos, enquanto apenas 1 radialista entre 56 chegou a ser eleito, foram 9 eleitos entre 20 radiodifusores e seus parentes (ou seja, quase 50% de aproveitamento).

Na tentativa de compreender esses resultados, foram elencados preliminarmente os seguintes fatores:

- 1) *Os radialistas têm capital midiático, com o qual buscam construir seu capital político.* Mesmo que os radialistas sejam a voz das emissoras e com isso tenham construído visibilidade e uma relação privilegiada com o público, mas é apenas pela conversão deste capital social em capital político, necessário para introdução e permanência no campo, que estes comunicadores podem pretender conquistar ou não a eleição. “Ao personificar nos comunicadores a solução de seus problemas, o público os reveste de um potencial de representação. [...] Ele adquire o capital eleitoral e se credencia à escolha do grupo no momento de uma candidatura” (SILVA, 2000, p. 54 e 55). Porém,

o capital eleitoral não é estático, universal ou a priori. O comunicador não deve descuidar-se e deixar de manter sua condição eleitoral, por maior que seja. Deve ser criada diariamente e alimentada constantemente. O mecanismo necessário para sua alimentação é estar presente na mídia (SILVA, 2000, p. 80).

- 2) *Os radiodifusores antes de construírem seu capital midiático, já tinham capital político.* Ainda que o controle de emissoras de rádio de fato contribua para ampliar o sucesso eleitoral dos seus proprietários, mas estes já possuíam uma influência política antes mesmo de terem se tornado radiodifusores, sendo justamente por esta posição privilegiada no campo político que eles tiveram maior facilidade para obter as outorgas.

¹⁸ Este resultado expressivo se deve a Juazeiro do Norte, onde proprietários de rádios tiveram um desempenho na prefeitura quatro vezes maior em comparação ao dos candidatos que não possuíam vínculo com emissoras.

Trata-se da constatação de que não estamos diante somente da obtenção de uma vantagem eleitoral por meio de uma outorga pública de radiodifusão. Fenômeno em sentido oposto – a obtenção dessa outorga por indivíduos que já detinham anteriormente um maior capital eleitoral e que, portanto, naturalmente já teriam um desempenho eleitoral acima da média – também é um fenômeno constatável (LOPES, 2018, p. 165).

Por pleito eleitoral

Neste último cenário de análise, será finalmente tratada a dimensão que motivou a presente pesquisa: investigar se os resultados eleitorais dos “candidatos radiofônicos” no ano de 2020 seguem alguma tendência observada nos pleitos anteriores ou se podem ser considerados como um ponto fora da curva. Uma visualização rápida dos dados obtidos (TAB. 4) confirma de imediato as duas hipóteses que foram traçadas: a) que em 2020 aumentou o percentual de candidatos ligados ao rádio em relação ao universo geral de candidatos; b) que no mesmo ano reduziu-se a taxa de sucesso destes candidatos em relação ao desempenho dos demais concorrentes que não têm vínculo com emissoras.

TABELA 4
Engajamento e desempenho eleitoral dos candidatos ligados ao rádio por pleito

TODOS OS MUNICÍPIOS		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004								
Cargo disputado		PREFEITO	% do total	% sucesso	VICE-PREFEITO	% do total	% sucesso	VEREADOR	% do total	% sucesso
Total de vagas pleiteadas		3	-	-	3	-	-	34	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	14	93,3%	14,3%	13	86,7%	15,4%	432	98,4%	7,6%
	eleitos	2			2			33		
Ligados ao rádio	candidatos	1	6,7%	100%	2	13,3%	50%	7	1,6%	14,3%
	eleitos	1			1			1		
TODOS OS MUNICÍPIOS		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008								
Total de vagas pleiteadas		3	-	-	3	-	-	34	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	8	80%	37,5%	9	90%	33,3%	378	98,2%	8,7%
	eleitos	3			3			33		
Ligados ao rádio	candidatos	2	20%	0%	1	10%	0%	7	1,8%	14,3%
	eleitos	0			0			1		

TODOS OS MUNICÍPIOS		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2012								
Total de vagas pleiteadas		3	-	-	3	-	-	55	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	8	80%	25%	8	80%	25%	540	98,4%	10%
	eleitos	2			2			54		
Ligados ao rádio	candidatos	2	20%	50%	2	20%	50%	9	1,6%	11,1%
	eleitos	1			1			1		
TODOS OS MUNICÍPIOS		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016								
Total de vagas pleiteadas		3	-	-	3	-	-	55	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	8	61,5%	12,5%	12	92,3%	25%	594	98,7%	9,1%
	eleitos	1			3			54		
Ligados ao rádio	candidatos	5	38,5%	40%	1	7,7%	0%	8	1,3%	12,5%
	eleitos	2			0			1		
TODOS OS MUNICÍPIOS		ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2020								
Total de vagas pleiteadas		3	-	-	3	-	-	55	-	-
Não ligados ao rádio	candidatos	8	72,7%	37,5%	10	90,9%	30%	777	96,9%	7,1%
	eleitos	3			3			55		
Ligados ao rádio	candidatos	3	27,3%	0%	1	9,1%	0%	25	3,1%	0%
	eleitos	0			0			0		

FONTE – Autoria própria.

Analisando os dados com mais calma, cargo a cargo, pode-se constatar que esse resultado se deve sobretudo ao incremento na quantidade de candidaturas a vereador. Em 2020, a proporção de candidatos a vereança ligados ao rádio em relação ao todo (3,1%) praticamente dobrou, se comparada a uma média dos percentuais dos pleitos anteriores (1,6%). O aumento foi verificado sistematicamente em todos os municípios analisados e foi ocasionado principalmente pelas candidaturas de radialistas.

Ainda sobre a disputa à vereança, é importante ressaltar que, mesmo que as candidaturas de modo geral tenham também experimentando um crescimento no último pleito¹⁹, mas, proporcionalmente, o aumento dos “candidatos radiofônicos” ainda chegou a ser maior que essa tendência. Traduzindo isto em números: de 2016 para 2020 o incremento dos candidatos a vereador ligados ao rádio (de 8 para 25,

¹⁹ Tendência que também se mostrou a nível nacional, com um aumento de 27% nas candidaturas a vereador em relação às eleições de 2016, sendo um recorde das eleições brasileiras (G1, 2020).

212,5% de acréscimo) foi quase sete vezes o aumento que ocorreu no número de candidaturas em geral (de um total de 594 pleiteantes para 777, 30,8% a mais).

No quesito desempenho eleitoral (TAB. 4), a segunda hipótese também se confirma: 2020 foi o ano de pior performance eleitoral em todos os aspectos, já que nenhum candidato ligado ao rádio foi eleito, em nenhum dos cargos disputados, em nenhuma cidade²⁰. Os resultados de 2020 contrastam com os dos pleitos anteriores, mas sobretudo com os do ano de 2004, em que se observou o melhor desempenho eleitoral para os candidatos ligados ao rádio em todos os cargos políticos, com taxas superiores às dos outros anos²¹. Pondo em outra perspectiva, se forem considerados todos os cargos disputados, em 2004 foram eleitos 3 dos 10 “candidatos radiofônicos”, enquanto em 2020 nenhuma das 29 candidaturas teve êxito.

Na tentativa de buscar alguns elementos que possam ter cooperado para a concretização dos eventos considerados nas hipóteses, considerou-se que:

- 1) *Pode ter estimulado o aumento da proporção de “candidatos radiofônicos” em 2020²²*: o fim das coligações para eleições proporcionais (como a de vereador), de modo que os partidos tiveram que lançar muitos candidatos para tentar ganhar o maior número de votos possível e eleger alguém nas câmaras municipais (G1, 2020); e a emergência da pandemia de Covid-19, que reformulou o processo eleitoral e impôs restrições às campanhas nas ruas (TRE-CE, 2020), trazendo, por outro lado, mais possibilidades para candidatos que já eram conhecidos pelo eleitorado (como os radialistas).
- 2) *Pode ter contribuído para a queda em 2020 no desempenho dos “candidatos radiofônicos”*: a maior proporção de candidatos no geral disputando as vagas a vereador, o que diminui a chance de eleição individualmente²³; o declínio paulatino na influência do “coronel eletrônico” e de suas emissoras,

²⁰ Porém é importante fazer a ressalva de que a eleição de 2008 quase teve o mesmo resultado, e os “candidatos radiofônicos” só não tiveram desempenho nulo porque apenas 1 vereador foi eleito.

²¹ Taxas de sucesso que também foram as melhores de todos os anos em comparação ao desempenho eleitoral dos candidatos não ligados ao rádio.

²² Os dois aspectos citados podem ter influenciado o aumento das candidaturas como um todo e não apenas de candidatos ligados ao rádio.

²³ Este ponto vale para os candidatos como um todo, já que 2020 também foi o ano de desempenho mais baixo na vereança para aqueles que não são ligados ao rádio.

enfrentando crescente crise política e econômica (SANTOS, 2006, p. 18); além da questão já elencada no item anterior a respeito do baixo desempenho eleitoral dos radialistas.

4. Considerações finais

“Só no Crato!” é uma frase bastante usada na região do Cariri, fazendo referência às peculiaridades desta cidade em relação a qualquer outra. Essa expressão cabe bem pra resumir a análise aqui empreendida: “só no Crato” se mostrou uma diferença clara no perfil dos “candidatos radiofônicos” em relação às outras cidades do Crajubar, com um tímido engajamento na disputa por cargos eletivos e um desempenho eleitoral nulo. Dentre as 7 rádios da cidade, a única que pode ser associada ao fenômeno do “coronelismo eletrônico” é a Princesa FM (MAPEAMENTO, 2013), que é vinculada ao ex-prefeito do município, o “Doutor Zé Adegá”, o qual obteve a concessão quando ainda estava no cargo, em 1992. O título faz menção ao fato de ele ser médico, tendo inclusive instalado seu consultório bem ao lado da emissora. Ao longo dos anos a rádio tem sido usada por este para se promover politicamente, na tentativa de pleitear novamente a prefeitura, mas até agora sem sucesso, seja por baixa votação ou por impugnação das candidaturas. Enquanto não é novamente eleito, vai orientando a programação jornalística da emissora para sempre criticar os prefeitos de turno, tendo acumulado muitos processos ao longo dos anos. Em 2020, lançou a candidatura de “Arthur de Zé Adegá” que, como o nome mostra, é seu próprio filho, o qual ficou em 3º lugar na disputa pela prefeitura do Crato.

Barbalha é a menor cidade do Crajubar e também a que tem o menor número de emissoras: uma comercial, uma educativa e uma comunitária. E são justamente estas duas últimas que têm sido aparelhadas politicamente desde que foram criadas, ambas em 2005. A rádio educativa é a Cariri FM (MAPEAMENTO, 2013), ligada à Fundação Francisco Gurgel Correia, nome que faz referência ao líder comunitário, que, além de fundador e diretor da emissora, é também ex-vereador da cidade de Barbalha por três mandatos. Foi como radialista nessa emissora que outro político, Argemiro Sampaio Neto (cujo avô é ex-prefeito da cidade) construiu sua popularidade,

fortalecendo-se para posteriormente disputar a prefeitura, tendo sido eleito em 2016. E também foi essa mesma emissora que posteriormente, em 2020, fez cobertura negativa sobre a sua gestão, a fim de inviabilizar a reeleição. A rádio comunitária Nova Caldas FM (MAPEAMENTO, 2013), por sua vez, teve o processo de concessão apadrinhado por outra figura política da região: Rommel Feijó, ex-deputado federal eleito por três vezes consecutivas e ex-prefeito de Barbalha por duas vezes. Na eleição de 2020 ele apoiou o então prefeito Argemiro Sampaio, e a rádio comunitária conduziu sua programação jornalística na direção oposta à da emissora educativa: promovendo a gestão municipal e criticando o candidato concorrente. Na disputa entre as duas emissoras, venceu a Cariri FM, já que Argemiro não conseguiu se reeleger.

A Juazeiro do Norte se poderia atribuir a lenda de que é a “terra dos coronéis eletrônicos”. Na cidade não é incomum caracterizar as emissoras pela expressão “rádio de político fulano de tal”, já que cada um tem a sua e alguns tem até mais de uma (MAPEAMENTO, 2013): a Rádio Tempo é de Eunício Oliveira, a Rádio Iracema atualmente é de Figueiredo Correia, a Rádio Vale FM é de Raimundão, a Juazeiro FM e a Progresso FM são de Arnon Bezerra, e a Rádio Verde Vale é de Manoel Salviano, que é também dono da TV Verde Vale. De fora dessa repartição só ficam três rádios, duas das quais são ligadas a igrejas. Nas eleições municipais aqui estudadas, dois “coronéis eletrônicos” foram figurinhas carimbadas. O primeiro deles é Raimundo Macêdo, o Raimundão, que nesses cinco pleitos municipais, além de ter sido candidato três vezes à prefeitura e vencido em duas delas (porém não consecutivas), lançou seu irmão Preto Macedo à vereança (três candidaturas, eleito em duas) e seu filho David de Raimundão à vice-prefeitura em 2020 (não chegou a ser eleito, mas cumpre mandato como deputado estadual até 2022). O segundo é Arnon Bezerra, descendente de uma família dos tradicionais coronéis (aqueles com terras e patente militar), tendo ao longo da história vários de seus parentes, os Bezerra de Menezes, se envolvido na política partidária (no governo do Ceará, na Câmara dos Deputados e até no Senado). Ele mesmo foi deputado federal por sete vezes consecutivas, tendo se lançado à prefeitura de Juazeiro do Norte em 2016, cargo para o qual foi eleito. Nessas últimas cinco eleições municipais, também foram candidatos os seus irmãos Luiz Ivan (duas vezes à vice-prefeitura) e Sávio Bezerra (duas vezes à vereança),

tendo ambos sido eleitos uma vez cada. Em 2020, Arnon tentou a reeleição, mas não teve êxito, fortalecendo outra lenda sobre a cidade: a de que “Juazeiro do Norte não reelege prefeito”.

“Em que medida a influência midiática impactou no engajamento e desempenho eleitoral das figuras ligadas ao rádio no Crajubar?” Longe de dar uma resposta definitiva sobre essa questão, este trabalho apenas inaugurou a discussão, sendo o primeiro passo de uma pesquisa de doutorado a ser defendida somente em 2023. As considerações elencadas em cada tópico servem mais como contextualização que como explicações. Por hora, é preciso destacar algumas limitações do recorte feito neste trabalho: foram analisadas apenas cinco eleições, de modo que há muitas figuras não eleitas nestes pleitos selecionados, mas que já exerceram mandatos políticos anteriormente; as eleições gerais ficaram fora do escopo, mas certamente revelariam novas figuras ou uma maior recorrência dos mesmos políticos aqui apresentados; e o estudo se restringiu a três municípios, o que é insuficiente para elaborar conclusões mais abrangentes.

Também é importante reconhecer as implicações deste recorte espaço-temporal para a metodologia adotada e as análises empreendidas: algumas correlações têm seus limites, as taxas de desempenho podem não ser tão significativas como se espera, e outros fatores além da radiodifusão precisam ser considerados na compreensão dos resultados (como a força das coligações e partidos, por exemplo). Como trabalho seminal, este artigo trouxe dados que despertam muitas novas ideias de desdobramentos sobre a relação entre radiodifusão e política no Cariri. Trata-se, portanto, de um trabalho cuja contribuição é muito mais empírica e metodológica, e que traz uma abordagem provavelmente pioneira: a comparação entre o desempenho eleitoral de “comunicadores-políticos” e de “coronéis eletrônicos”.

Referências

AIRES, Janaine Sibelle Freires. **Comunicadores-Políticos no Brasil um elo de conexão entre os sistemas midiático e político**. 2017. Tese. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro-RJ: UFRJ, 2017.

ALBUQUERQUE, Afonso de. As três faces do quarto poder. *In*: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais,



18, 2009, Belo Horizonte-MG. **Anais [...]**. Belo Horizonte-MG: PUC-Minas, 2009. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1068.pdf Acesso em: 30 abr. 2021.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Media/politics connections: beyond political parallelism. **Media, Culture & Society**, v. 35, p. 742-758, 2013. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443713491302> Acesso em: 30 abr. 2021.

BARROS JUNIOR, José Lazaro Ferreira. Relações de parentesco e desempenho eleitoral nas eleições proporcionais de 2008 em Curitiba. **Revista NEP - Núcleo de Estudos Paranaenses da UFPR**, v. 1, n. 1, p. 83-106, 2015. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/nep/article/view/43265> Acesso em: 30 abr. 2021.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

COSTA, Débora Silva. Entre o rádio e a urna: a radiodifusão do Cariri-CE como palanque para o coronelismo eletrônico. *In*: Seminário Interno de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará – PPGCOM UFC, 6, 2020, Fortaleza-CE. **Anais [...]**. Fortaleza-CE: UFC, 2020. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1_qKi0bAjoSfT_jN4ZLqvXsFGSDvkPOil/view Acesso em: 30 abr. 2021.

G1. **Eleições 2020: Brasil bate recorde de candidatos inscritos**. Site G1. 26 set. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2020/eleicao-em-numeros/noticia/2020/09/26/eleicoes-2020-brasil-bate-recorde-de-candidatos.ghtml> Acesso em: 30 abr. 2021.

KASEKER, Mônica. **Desempenho eleitoral de radialistas políticos nas eleições proporcionais de 2002 no Paraná**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Curitiba: UFPR, 2004.

LIMA, Venício A. de. Sete teses sobre mídia e política no Brasil. **Revista USP**, n. 61, p. 48-57, 2004. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13317> Acesso em: 30 abr. 2021.

LIMA, Venício A. de; LOPES, Cristiano Aguiar. **Rádios comunitárias: coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)**. São Paulo: Observatório da Imprensa, 26 jun. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/o-coronelismo-eletronico-de-novo-tipo-19992004/> Acesso em: 30 abr. 2021.

LOPES, Cristiano Aguiar. **A Voz do Dono e o Dono da Voz: a influência da propriedade de rádios locais nos resultados das eleições municipais**. 2018. Tese. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro-RJ: UERJ, 2018. Disponível em: <https://bd.camara.leg.br/bd/handle/bdcamara/36708> Acesso em: 30 abr. 2021.

MAPEAMENTO. **Projeto de Monitoria de Graduação Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri**. Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri – UFCA e Pró-reitoria de Graduação - Prograd. Juazeiro do Norte: UFCA, 2013.

NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e Política: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza (1982 - 1996)**. São Paulo: Annablume, 2000.

NUNES, Márcia Vidal. **Rádio, cidadania e campanhas eleitorais (1998-2008)**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

SANTOS, Suzy dos. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **E-Compós**, v.7, n. 11, p. 1-27, 2006. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/104> Acesso em: 30 abr. 2021.

SILVA, Maurício Ferreira. **Quem me elegeu foi o rádio: como o rádio elege o seu representante**. São Paulo: Olho D'água, 2000.

TRE-CE. **TRE-CE proíbe eventos com aglomerações na campanha eleitoral**. Site TRE-CE. 04 nov. 2020. Disponível em: <https://www.tre-ce.jus.br/imprensa/noticias-tre-ce/2020/Novembro/tre-ce-proibe-eventos-com-aglomeracoes-na-campanha-eleitoral> Acesso em: 30 abr. 2021.