

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO  
JORNALISMO**

**POLÍTICA E COMUNICAÇÃO: ENTRELAÇADOS**

**KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN - 836599**

Ribeirão Preto  
2024

KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN - 836599

**POLÍTICA E COMUNICAÇÃO: ENTRELAÇADOS**

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto como requisito básico para a conclusão do Curso de Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Paulo Apolinário

Ficha catalográfica preparada pelo Centro de Processamento  
Técnico da Biblioteca Central da UNAERP

- Universidade de Ribeirão Preto -

MOLESIN, Kléber Soares Fernandes, 2002-.

**M719p** Política e comunicação: entrelaçados / Kléber Soares Fernandes  
Molesin. -- Ribeirão Preto, 2024.  
100 f. : il. color.

Orientador (a): Prof.º Me.º Paulo Apolinário.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) –  
Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP), Ribeirão Preto, 2024.

1. Jornalismo. 2. Comunicação. 3. Política. 4. Ribeirão Preto.  
I. Título.

**CDD 070**

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, por me conceder força, sabedoria e saúde para superar todos os desafios desta caminhada. Sem Ele, nada disso seria possível.

Agradeço à minha família, que sempre esteve ao meu lado, oferecendo apoio incondicional e acreditando no meu potencial, mesmo nos momentos em que eu duvidava de mim mesmo.

Ao professor Paulo Apolinário, meu orientador, expresso minha profunda gratidão pela paciência, dedicação e pelas valiosas contribuições ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Sua orientação foi essencial para que este projeto se concretizasse.

Estendo meus agradecimentos ao Andrei Violante e ao Diego Rueda, que foram fundamentais na edição do podcast. Seu profissionalismo e dedicação contribuíram imensamente para elevar a qualidade do meu TCC.

Aos meus amigos, agradeço por estarem comigo ao longo dessa jornada, oferecendo apoio, conselhos e, principalmente, companhia. Vocês foram peças essenciais para que eu permanesse motivado, especialmente nos momentos mais desafiadores.

Por fim, deixo meu agradecimento a todos que, de alguma forma, colaboraram para a realização deste trabalho, seja com palavras de incentivo, orientações ou gestos de apoio. A cada um de vocês, meu mais sincero obrigado.

## RESUMO

Ao longo do século XX, a entrada de jornalistas e profissionais da comunicação na política não foi um fenômeno raro. Em Ribeirão Preto, tanto ao longo do século XX, quanto nas primeiras décadas do século XXI, verificou-se que esse comportamento permanece. Portanto, o presente estudo dedicou-se a analisar e compreender o funcionamento e os impactos do discurso de um sujeito que transita do universo jornalístico para o político. O estudo adotou uma abordagem qualitativa para analisar como indivíduos transitam do jornalismo para a política, envolvendo a redução e categorização de dados, interpretação e redação do relatório. A pesquisa forneceu informações para profissionais e estudantes da comunicação, políticos e o público em geral, apresentando-se em um formato midiático acessível, com uma linguagem jornalística clara. Tal produto, em formato de podcast com nove episódios, contou com entrevistas com comunicadores eleitos na cidade, que relataram quais foram as estratégias e o viés que utilizaram para serem eleitos. O produto também teve a participação de especialistas e cientistas políticos que discutiram a expansão desses comunicadores.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Comunicação. Política. Ribeirão Preto.

## **ABSTRACT**

Throughout the 20th century, the entry of journalists and communication professionals into politics was not an uncommon phenomenon. In Ribeirão Preto, this trend persisted both in the 20th century and in the early decades of the 21st century. Therefore, this study aimed to analyze and understand the functioning and impact of the discourse of individuals transitioning from the journalistic field to politics. The study adopted a qualitative approach to examine how individuals move from journalism to politics, involving data reduction and categorization, interpretation, and report writing. The research provided valuable insights for communication professionals and students, politicians, and the general public, presenting itself in an accessible media format with clear journalistic language. This product, in the form of a podcast with nine episodes, featured interviews with elected communicators in the city, who shared the strategies and perspectives they used to win elections. The podcast also included contributions from experts and political scientists who discussed the rise of these communicators.

**Keywords:** Journalism. Communication. Politics. Ribeirão Preto.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA	13
1.2 JUSTIFICATIVA	13
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 Objetivo geral	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 METODOLOGIA	15
<b>2 DETALHAMENTO TÉCNICO</b>	<b>17</b>
<b>3 RELATOS DE PRODUÇÃO</b>	<b>20</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>21</b>
<b>5 CONCLUSÕES</b>	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>26</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>27</b>
APÊNDICE A - Gravação Lincoln Fernandes	27
APÊNDICE B - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Lincoln Fernandes	29
APÊNDICE C - Gravação Jean Corauci	30
APÊNDICE D - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Jean Corauci	32
APÊNDICE E - Gravação Danilo Scochi	33
APÊNDICE F - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Danilo Scochi	35
APÊNDICE G - Gravação Igor Oliveira	36
APÊNDICE H - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Igor Oliveira	38
APÊNDICE I - Gravação Luiz Rufino	39
APÊNDICE J - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Luiz Rufino	41
APÊNDICE K - Gravação Rodrigo Leone	42
APÊNDICE L - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Rodrigo Leone	44
APÊNDICE M - Gravação Cristiano Pavini	45
APÊNDICE N - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Cristiano Pavini	47
APÊNDICE O - Gravação Alessandro Maraca	48
APÊNDICE P - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Alessandro Maraca	50
APÊNDICE Q - Decupagem Lincoln Fernandes - 1º Episódio	51
APÊNDICE R - Decupagem Jean Corauci - 2º Episódio	56

APÊNDICE S - Decupagem Luiz Rufino - 3º Episódio	61
APÊNDICE T - Decupagem Danilo Scochi - 4º Episódio	67
APÊNDICE U - Decupagem Rodrigo Leone - 5º Episódio	73
APÊNDICE V - Decupagem Igor Oliveira - 6º Episódio	78
APÊNDICE W - Decupagem Cristiano Pavini - 7º Episódio	83
APÊNDICE X - Decupagem Alessandro Maraca - 8º Episódio	88



## 1 INTRODUÇÃO

No campo da política, a comunicação e a mídia desempenham um papel fundamental. A comunicação midiática atua como uma ponte entre os candidatos e os eleitores, transmitindo informações, discutindo ideias e, por vezes, influenciando opiniões. Porém, essa relação nem sempre é equilibrada. Não é raro encontrarmos candidatos com mais visibilidade na mídia do que outros, o que pode, em determinadas situações, criar distorções no processo democrático. Santos e Santos (2017) ressaltam essa desigualdade apontando que, proporcionalmente, o número de candidatos ligados à mídia que são eleitos é maior do que as demais profissões. Ao refletirmos sobre essa realidade, percebemos que ela levanta questões importantes sobre a igualdade de oportunidades na política. O acesso desigual à mídia pode favorecer determinados grupos ou candidatos. Isso não apenas distorce a representatividade democrática, mas também cria um ciclo vicioso, no qual aqueles que já têm acesso à mídia se perpetuam no poder, enquanto os demais enfrentam dificuldades para se fazerem ouvir, “constituindo um efeito perverso do acesso desigual à mídia como meio de promoção da participação efetiva” (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 13).

Na história política, vemos momentos em que o poder busca controlar o acesso à mídia para manter sua influência. Um exemplo marcante disso foi a chamada Lei Falcão (BRASIL, 1976), promulgada pelo governo federal durante a ditadura militar, após uma derrota eleitoral em 1974. Esta lei, elaborada pelo Ministro da Justiça, Armando Falcão, restringiu severamente o tempo de rádio e televisão concedido aos candidatos, com o objetivo de impedir uma nova derrota nas eleições municipais de 1976. Essa ação levanta questões importantes sobre a democracia e a liberdade de expressão. Ao limitar o acesso dos candidatos aos meios de comunicação, o governo estava, na prática, controlando a narrativa política e dificultando a competição eleitoral justa.

Isso não apenas minou os princípios democráticos, mas também afetou diretamente a voz dos eleitores, privando-os de informações cruciais para tomarem decisões informadas. Esse episódio serve como um lembrete poderoso da importância de proteger e promover a liberdade de imprensa e garantir que os processos eleitorais sejam transparentes e equitativos.

Após a derrota nas eleições legislativas de novembro de 1974, o Governo baixou decreto, apelidado de Lei Falcão, elaborado pelo Ministro da Justiça, Armando Falcão, limitando drasticamente o acesso de candidatos ao rádio e à televisão, com o fim de evitar mais uma vitória oposicionista nas eleições municipais de 1976 (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 14).

Por exemplo o termo “Homem de Mídia”: A política e a comunicação sempre andaram de mãos dadas. Imaginemos que a política é como uma grande festa, e a comunicação é o convite que faz com que as pessoas saibam sobre essa festa e participem dela. Agora, pensamos em algumas pessoas que são realmente boas em fazer esses convites, em chamar a atenção das outras pessoas e fazer com que elas queiram participar da festa. Essas pessoas são o que chamamos de “Homens de Mídia”. Mesmo que esse termo não esteja no dicionário, ele é cada vez mais usado, para descrever aquelas pessoas que são habilidosas em usar os meios de comunicação, como a televisão, o rádio e a internet, para alcançar muitas pessoas e influenciar suas opiniões.

Então, podemos ver que a política e a comunicação estão **entrelaçadas** de uma maneira muito forte, e entender como a mídia é usada na política pode nos ajudar a entender melhor como funciona nossa sociedade e como podemos participar dela de maneira mais consciente.

O termo ‘homem de mídia’, embora ainda não esteja dicionarizado no idioma português, é de uso recorrente e crescente, sobretudo nos meios jornalísticos e publicitários. A sua recepção mais difundida é a associada a uma das categorias do cinquentenário Festival Internacional de Publicidade de Cannes, a de ‘Homem de Mídia do Ano’, atribuída a uma pessoa de destaque no meio de comunicação (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 16).

Pensemos na política como uma grande corrida, onde diferentes pessoas competem para alcançar seus objetivos e representar os outros. A comunicação é como um par de tênis de corrida, uma ferramenta importante para ajudar essas pessoas a correr mais rápido e chegar mais longe. O a citação abaixo abrange é que alguns candidatos têm um tipo especial de tênis - eles têm acesso privilegiado aos estúdios de rádio e televisão, onde podem transmitir suas mensagens para muitas pessoas de uma só vez.

Isso dá a eles uma vantagem na inserção política, pois podem alcançar mais eleitores e influenciar suas opiniões de maneira mais poderosa do que outras pessoas que não têm acesso a esses recursos. Então, podemos ver que a comunicação é uma parte muito importante da política, e entender como ela é usada pode nos ajudar a entender melhor como as decisões são tomadas em nossa sociedade e como podemos nos envolver de maneira mais eficaz.

O que diferentes agentes de mídia têm em comum é o seu potencial de utilizar o seu contato com a mídia como um diferencial eleitoral em relação aos demais segmentos da população, ou seja, o fato de ter ao seu dispor – mesmo que de forma muito diferenciada – o estúdio como um recurso eleitoral, não acessível igualmente aos demais cidadãos (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 17).

A palavra “tribuna” é usada para se referir a todas essas posições políticas. No entanto, quando os autores usam essa palavra, eles estão dando mais destaque aos cargos de vereador e deputado, que são os representantes mais próximos do povo e têm um papel importante na tomada de decisões políticas. Então, podemos ver que a palavra “tribuna” é usada para nos ajudar a entender melhor quem são essas pessoas que nos representam na política e qual é o papel delas na nossa sociedade.

A palavra ‘tribuna’ foi utilizada para representar o post político-eleitoral de maneira geral, ou seja, os mandatos eletivos de vereador, deputado estadual, deputado federal, senador, prefeito, vice-prefeito, governador, vice-governador, presidente e vice-presidente. Cabe destacar, no entanto, que o utilizamos com maior ênfase para os cargos parlamentares de vereador e deputado e executivos de prefeito (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 18).

Hoje em dia, não dependemos apenas de comunicação direta, como falar cara a cara ou enviar cartas. Em vez disso, contamos com supercondutores, satélites e meios digitais, como a internet, para nos conectar com pessoas ao redor do mundo em questão de segundos. Essa comunicação indireta nos permite acessar uma quantidade enorme de informações todos os dias, de notícias e entretenimento, ajudando-nos a estar sempre conectados e informados sobre o que está acontecendo ao nosso redor. Essa transformação na forma como nos comunicamos tem um impacto profundo em nossas vidas, moldando nossas interações sociais, nossa percepção do mundo e até mesmo a maneira como nos envolvemos na política e na sociedade.

Na Grécia Antiga, era necessária uma comunicação interpessoal direta, da retórica nas assembleias ou, indireta, de portadores, arautos e editais, para uma comunidade de no máximo cerca de dez milhares de cidadãos. No mundo de hoje é essencial uma comunicação indireta de supercondutores, satélites e meios digitais que leva um fluxo volumoso e cotidiano de informações a centenas de milhões de pessoas (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 21).

Em 1956, o renomado cientista político Robert Dahl introduziu o conceito de “democracia poliárquica”, também conhecida como poliarquia, em uma de suas obras teóricas. Neste contexto, Dahl explorou os fundamentos e as condições sociais necessárias para o funcionamento efetivo de um sistema democrático. Ele identificou elementos essenciais, como a garantia da livre expressão do voto, a prevalência das decisões tomadas pela maioria, e a participação ativa dos eleitores no controle das decisões políticas. A análise de Dahl sobre a poliarquia lançou luz sobre os princípios subjacentes à democracia e contribuiu significativamente para o entendimento dos mecanismos que sustentam regimes políticos democráticos em todo o mundo (SANTOS; SANTOS, 2017).

Robert Dahl, numa elaboração teórica de 1956, conceituou a chamada ‘democracia poliárquica’ ou poliarquia e a associou a pré-requisitos sociais, como o funcionamento de algumas regras fundamentais que permitem e garantem a livre expressão do voto, a prevalência das decisões mais votadas, o controle das decisões por parte dos eleitores etc. (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 23).

Tanto o filósofo político italiano Norberto Bobbio quanto o cientista político norte-americano Robert Dahl são figuras proeminentes no estudo da democracia. Em suas análises, ambos destacaram que os parâmetros que definem a democracia, como a garantia dos direitos individuais e a participação popular, muitas vezes não são completamente alcançados em condições reais de um país. No entanto, há uma divergência entre eles quanto à maneira de caracterizar um regime como mais ou menos democrático. Essa questão essencial levanta debates importantes sobre a natureza da democracia e as diferentes abordagens para avaliar sua qualidade e eficácia em diferentes contextos políticos:

Tanto Bobbio quanto Dahl ressaltaram que a plenitude dos parâmetros listados, dificilmente, pode ser encontrada em condições reais num país. No entanto, eles divergem quanto às possibilidades de caracterização de um regime como mais ou menos democrático (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 24).

No debate sobre a avaliação da democracia, o renomado cientista político Robert Dahl trouxe uma perspectiva diferente da apresentada por Norberto Bobbio. Enquanto Bobbio questionava a viabilidade de determinar se um regime é democrático ou não, Dahl argumentava que era possível caracterizar regimes políticos como mais ou menos democráticos, variando em graus. Essa distinção é fundamental, pois sugere que, embora a democracia possa não ser um conceito binário, com regimes sendo simplesmente democráticos ou não democráticos, ela pode ser vista como uma escala, na qual diferentes sistemas políticos se posicionam em diferentes níveis de democracia.

Explorar essa perspectiva nos permite entender melhor a complexidade e a diversidade dos sistemas políticos ao redor do mundo e avaliar criticamente seu funcionamento democrático. A democracia contemporânea é uma construção complexa que incorpora ideias e conceitos de proeminentes pensadores políticos, como Norberto Bobbio, Giovanni Sartori e Robert Dahl. Essa forma de democracia é caracterizada por ser republicana e representativa, buscando integrar as diretrizes sugeridas por esses teóricos para a organização do Estado, a estruturação das instituições sociais e as relações entre o Estado e a sociedade civil. Ao reunir essas contribuições, a democracia contemporânea busca estabelecer um sistema político que garanta a participação dos cidadãos na tomada de decisões, promova a proteção dos direitos

individuais e proporcione um governo responsável e responsivo às necessidades e demandas da sociedade (SANTOS; SANTOS, 2017).

Essa síntese de ideias e princípios fundamentais ajuda a moldar os fundamentos democráticos dos Estados modernos e a promover a consolidação e o aprimoramento dos regimes democráticos em todo o mundo.

Ao observarmos a interseção entre as teorias políticas de Bobbio, Sartori e Dahl na configuração da democracia contemporânea, somos confrontados com a riqueza e a complexidade do pensamento político moderno. Cada um desses teóricos oferece uma perspectiva única sobre os princípios e as práticas democráticas, contribuindo para um entendimento mais profundo da natureza e do funcionamento dos sistemas políticos. Norberto Bobbio, por exemplo, enfatiza a importância dos direitos individuais e da igualdade como fundamentos essenciais da democracia, enquanto Giovanni Sartori destaca a necessidade de instituições robustas e procedimentos eficazes para garantir a estabilidade e a funcionalidade do sistema democrático.

Por sua vez, Robert Dahl concentra-se na participação dos cidadãos e na distribuição equitativa do poder como elementos essenciais para a legitimidade democrática (SANTOS; SANTOS, 2017). Nessa perspectiva, a democracia contemporânea emerge como um mosaico dinâmico de ideias e princípios, moldado pela interação e influência mútua desses diferentes enfoques teóricos. No entanto, mesmo com essa diversidade de pensamento, percebemos um denominador comum: o compromisso com a liberdade, a igualdade e a participação dos cidadãos na vida política. No entanto, é importante reconhecer que a teoria nem sempre se traduz em prática de maneira direta e linear. Os desafios enfrentados pela democracia contemporânea - como a desigualdade socioeconômica, a corrupção e a polarização política - destacam a necessidade contínua de reflexão crítica e aprimoramento das instituições democráticas.

À democracia contemporânea, republicana e representativa, que busca reunir as diretrizes apontadas por Bobbio, Sartori e Dahl, para a organização do Estado, a configuração das instituições sociais e para o relacionamento entre Estado e sociedade civil (SANTOS; SANTOS, 2017, p. 26).

Ao longo desta jornada sobre a democracia, exploramos diversas variedades de perspectivas e ideias fundamentais que permeiam o pensamento político contemporâneo. Desde as contribuições de teóricos como Bobbio, Sartori e Dahl até a análise das complexidades da democracia poliárquica e das diferentes abordagens para avaliar sua qualidade, fomos conduzidos por um caminho que nos permitiu compreender melhor os

desafios e as promessas da democracia moderna (SANTOS; SANTOS, 2017). Observamos como conceitos como direitos individuais, participação cidadã, instituições sólidas e equilíbrio de poder desempenham papéis cruciais na construção e no funcionamento dos sistemas políticos democráticos.

Através das palavras dos teóricos e das análises dos autores, pudemos enxergar a democracia não como uma realidade estática, mas como um processo contínuo de busca por justiça, igualdade e liberdade. No entanto, também reconhecemos os desafios e as contradições que permeiam a prática democrática, desde a dificuldade de avaliar sua eficácia até as ameaças à sua integridade, como a corrupção e a exclusão social.

No entanto, apesar desses obstáculos, permanecemos otimistas quanto ao potencial da democracia para promover o bem-estar coletivo, garantir a dignidade humana e promover a paz e a estabilidade em nossas sociedades. Assim, ao encerrarmos esta reflexão, somos convidados a continuar explorando e debatendo os princípios e os desafios da democracia, comprometidos com a construção de um futuro mais justo, inclusivo e democrático para todos.

Este trabalho de conclusão de curso visa investigar a entrada de jornalistas e profissionais da comunicação na política, que levanta uma série de questões críticas sobre a intersecção entre mídia e poder político. Esta transição pode afetar a ética na comunicação, a transparência no processo político e a confiança pública tanto no jornalismo quanto na política. A pesquisa busca explorar as seguintes problematizações:

A transição de jornalistas para a política levanta questões sobre como constroem sua imagem pública, suas motivações, desafios, impactos na ética e transparência, além dos benefícios e consequências dessa mudança. Enquanto buscam ganhar apoio eleitoral, os jornalistas enfrentam o desafio de se adaptar a um novo contexto político, gerenciar expectativas e superar obstáculos sociais. Essa transição pode afetar a confiança pública na mídia e na política, destacando a importância de examinar de perto seus motivos e implicações para a democracia. O produto é um podcast chamado “EntreLaçados”, que conta histórias de jornalistas que entraram para a política em Ribeirão Preto. Em oito episódios, são apresentadas entrevistas com políticos e especialistas, explorando suas motivações, desafios e o impacto dessa transição. O objetivo é proporcionar uma análise acessível e envolvente sobre a intersecção entre jornalismo e política, disponível em plataformas como o Spotify para fácil acesso e disseminação.

Ao abordar essas problematizações, o podcast “EntreLaçados” visa fornecer uma análise crítica e detalhada das dinâmicas envolvidas na transição de jornalistas para a política,

contribuindo para um debate mais informado e profundo sobre a relação entre mídia e poder político.

## 1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

A interseção entre jornalismo e política tem sido um fenômeno notável em Ribeirão Preto, onde não é raro observar jornalistas e profissionais da comunicação ingressando na arena política. Este comportamento suscita importantes questionamentos sobre as dinâmicas entre essas duas esferas e seus possíveis impactos. A transição de jornalistas para a política levanta debates sobre a ética na comunicação, a transparência no processo político e a complexa relação entre mídia e política. Esta pesquisa é crucial para investigar essas transições, oferecendo uma análise abrangente que contribuirá para o conhecimento acadêmico e fornecerá informações valiosas para profissionais da comunicação, políticos e o público em geral.

Ao analisar as consequências dessa transição, a pesquisa visa entender como jornalistas constroem sua imagem e persuasão ao ingressarem na política, identificar suas motivações pessoais e profissionais, e investigar os desafios enfrentados durante essa mudança de carreira. O produto final foi apresentado em formato de podcast, proporcionando uma plataforma acessível e envolvente para discutir as estratégias e experiências de jornalistas que se tornaram políticos, bem como as perspectivas de acadêmicos e especialistas. Este formato visa aproximar essas figuras políticas da comunidade, facilitando o acesso ao debate público e promovendo uma maior compreensão da intersecção entre mídia e política.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Não é raro, ao longo da história ribeirão-pretana, o ingresso de jornalistas e profissionais da comunicação na política, tal comportamento, suscita questionamentos pertinentes sobre as dinâmicas entre as duas esferas e seus possíveis impactos. Essa pesquisa é importante pois trará uma investigação e contribuirá para o conhecimento acadêmico, fornecendo informações para profissionais da comunicação social, políticos e o público.

Ao analisar de forma abrangente as consequências desta transição, foi possível fornecer informações essenciais para os debates sobre a ética na comunicação, a transparência no processo político e a complexa intersecção entre jornalismo e política. Além disso, compreender os benefícios obtidos pelos jornalistas que optam por fazer esta transição pode

lançar luz sobre possíveis motivações para esta escolha e assim enriquecer a discussão sobre a relação entre mídia e política. O produto escolhido no formato podcast apresentará entrevistas com os políticos mostrando as estratégias que eles usaram para entrar na política, bem como, entrevistas com acadêmicos e especialistas no assunto.

Essa escolha se deu para trazer mais proximidade dessas figuras políticas para a comunidade com a linguagem mais acessível, compreensível e diferente das usadas em debates e pronunciamentos. Com o podcast, a entrevista pode alcançar um resultado mais satisfatório, impulsionando o alcance do debate na esfera pública. Além disso, através deste produto, a população pode ter fácil acesso por meio de plataformas de música, como aplicativos dentre eles o Spotify e o Youtube.

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 Objetivo geral

- O objetivo desta pesquisa foi analisar e compreender o funcionamento e os impactos do discurso de um sujeito que transita do universo jornalístico para o político.

#### 1.3.2 Objetivos específicos

- Analisar as experiências e estratégias adotadas por radialistas bem-sucedidos na comunicação radiofônica que encontram nessa plataforma um trampolim para ingressar na esfera política, destacando os mecanismos de construção de imagem e persuasão utilizados por esses indivíduos.
- Identificar as motivações pessoais, profissionais e políticas que impulsionam os comunicadores a transitarem do rádio para a política, examinando fatores como aspirações individuais, oportunidades de carreira e engajamento cívico.
- Investigar os desafios enfrentados pelos comunicadores durante o processo de transição de uma carreira na comunicação radiofônica para a política, incluindo questões como adaptação a novos contextos, gerenciamento de expectativas e superação de obstáculos políticos e sociais.



## 1.4 METODOLOGIA

A pesquisa utilizou uma abordagem qualitativa para analisar e compreender o funcionamento e os impactos do discurso de um sujeito que transita do universo jornalístico para o político. A pesquisa qualitativa, segundo Gil (2002, p. 133):

A análise qualitativa é menos formal do que a análise quantitativa, pois nesta última seus passos podem ser definidos de maneira relativamente simples. A análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação.

Ou seja, pode-se, no entanto, definir esse processo como uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório.

Seguindo o pensamento de Dilthey, Flick e Cols (2000 apud GUNTHER, 2006) eles apontam a dignidade da compreensão como princípio do conhecimento, que prefere estudar relações complexas ao invés de explicar por meio do isolamento de variáveis. Uma segunda característica geral é a construção da realidade. A pesquisa é percebida como um ato subjetivo de construção. O autor afirma que a descoberta e a construção de teorias são objetos de estudo desta abordagem. Um quarto ponto a ser discutidos da pesquisa qualitativa, conforme o autor, é que apesar da crescente importância de material visual, a pesquisa qualitativa é uma ciência baseada em textos, ou seja, a coleta de dados produz textos que nas diferentes técnicas analíticas são interpretados hermeneuticamente.

O que une os mais diversos métodos e técnicas de pesquisa incluídos nestas três grandes famílias de abordagem é o fato de todos partirem de perguntas essencialmente qualitativas. Por que existe variabilidade verificada? Como lidar com a mesma? Quais as suas implicações? Estas perguntas exigem, por sua vez, respostas qualitativas (GUNTHER, 2006, p. 201).

Para esta pesquisa, a escolha da análise qualitativa, se dá por meio de uma coleta de dados, bem como a realização de entrevistas parcialmente estruturadas com os políticos e especialistas. Para assim, mapear o funcionamento do discurso de um sujeito jornalista-político. Se isso pode interferir para ela ganhar ainda mais visibilidade. Segundo Gil (2002), a pesquisa qualitativa é menos formal do que a quantitativa, pois podem ser definidos de maneira relativamente simples, dependendo de fatores de dados.

A análise qualitativa é menos formal do que a análise quantitativa, pois nesta última seus passos podem ser definidos de maneira relativamente simples. A análise

qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação (GIL, 2002, p. 133).

O trabalho conta com um questionário para ter um apontamento do que a população pensa sobre os comunicadores no meio da política. O projeto tem o nível de pesquisa exploratório. Inicialmente foi feito um levantamento documental para investigar quantos e quais radialistas entraram para a política e quais métodos utilizavam para se promoverem. A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica.

A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

O desenvolvimento da pesquisa documental segue os mesmos passos da pesquisa bibliográfica. Apenas cabe considerar que, enquanto na pesquisa bibliográfica as fontes são constituídas sobretudo por material impresso localizado nas bibliotecas, na pesquisa documental, as fontes são muito mais diversificadas e dispersas. (GIL, 2002, p. 46)

Na sequência, foram realizadas entrevistas parcialmente estruturadas para aprofundamento no tema. Tal forma de entrevista, é a que apresenta maior flexibilidade. Tanto é que pode assumir as mais diversas formas. Pode caracterizar-se como informal, quando se distingue da simples conversação apenas por ter como objetivo básico a coleta de dados. Pode ser focalizada quando, embora livre, enfoca tema bem específico, cabendo ao entrevistador esforçar-se para que o entrevistado retorne ao assunto após alguma digressão.

O entrevistador, antes de mais nada, deverá ser selecionado com vista em garantir que possua os requisitos básicos para bem conduzir uma entrevista. Algumas das características inconvenientes para um entrevistador são: problemas de dicção, opinião apaixonada sobre o problema da pesquisa, timidez, apresentação deficiente etc. (GIL, 2002, p. 118)

Pode ser parcialmente estruturada, quando é guiada por relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorar ao longo de seu curso. Pode ser totalmente estruturada quando se desenvolve a partir de relação fixa de perguntas. Por fim, ficou demonstrado que, apesar das ponderações dos entrevistados, há um ganho político que não pode ser ignorado pelos profissionais da mídia.

## 2 DETALHAMENTO TÉCNICO

Política e comunicação: **EntreLaçados** em um só. A junção entre política e comunicação é um fenômeno de extrema relevância na sociedade contemporânea, a sua essência, a política depende da comunicação para existir e prosperar, enquanto a comunicação é fundamental para dar voz às políticas e garantir sua eficácia.

Dentro desse novo perfil, uma categoria específica começa a ganhar presença nas duas últimas décadas (e particularmente a partir da entrada no século XXI): o comunicador-político. Estamos chamando de comunicador-político o personagem que atua no cenário midiático, mantendo-se, simultaneamente, na função de apresentador de programas de rádio e televisão e no exercício do mandato eletivo (OLIVEIRA, 2017, p. 36).

O produto midiático é um podcast, composto por uma temporada com oito episódios, com duração aproximada de até 15 minutos cada. Na primeira temporada, foram contadas as histórias de atuais comunicadores que estão na política de Ribeirão Preto. Entre eles, estão os vereadores Jean Coraucci (PSD), Alessandro Maraca (MDB), Lincoln Fernandes (PL), e o deputado estadual Igor Oliveira (MDB). E também de especialistas, entre eles cientistas políticos e acadêmicos. Luiz Rufino, cientista político; Cristiano Pavini, jornalista e político e Rodrigo Leone, jornalista e locutor.

O produto contou com o apoio e a colaboração do jornalista, Andrei Violante para fazer a locução da vinheta de abertura do podcast, a chamada de abertura para cada episódio, e também o encerramento.

A logomarca do produto foi elaborada através do aplicativo Canva Pro, com um custo de R\$34,90. A logo contou com dois balões; no primeiro um microfone representando a comunicação, no outro, uma uma imagem da cidade de Brasília, especificamente os Três Poderes, remetendo à política. As cores dos balões, microfone e os Três Poderes foram intercaladas com preto e branco. Abaixo da logomarca está o nome: 'EntreLaçados', no “Entre” na cor preta e no “Laçados” na cor branca. O fundo é uma mistura sutil das cores cinza e marrom, proporcionando um cenário que sugere sofisticação. Essa combinação de cores busca transmitir uma sensação de equilíbrio, modernidade e elegância, alinhada com a identidade visual do projeto.

A escolha do formato do produto como podcast foi motivada pela rotina agitada das pessoas no dia-a-dia. Com podcasts, elas podem realizar diversas atividades enquanto ouvem conteúdo. Além disso, os podcasts têm sido amplamente utilizados como recursos para trabalhos acadêmicos e materiais de estudo. O número de ouvintes de podcasts tem crescido

significativamente, como indicam dados da “Sua Imprensa” (ETAIN, 2024), mostrando um aumento de aproximadamente 67% em 2021. Segundo Silva, Guadagnini e Santinello (2021, p. 261), “a maioria dos ouvintes segue podcasts nacionais, demonstrando a importância que se dá a estes, porém, também considera-se que podcasts de outras nacionalidades podem não ser ouvidos pelo não domínio de outras línguas dessa população”.

É importante ressaltar que o produto midiático contém uma linguagem jornalística, mas sem ser muito técnica, evitando o uso de termos complexos ou específicos da área, uma linguagem agradável e envolvente, prendendo a atenção do ouvinte e tornando o conteúdo mais interessante. E com isso, qualquer público que ouça o podcast possa ter um bom entendimento. É fundamental destacar que o público-alvo deste produto midiático é composto por estudantes de jornalismo, comunicação social, marketing e outras áreas relacionadas; pesquisadores e acadêmicos interessados em estudar o fenômeno da política/comunicação.

O produto foi produzido totalmente no laboratório de rádio, que está localizado dentro da universidade Unaerp, em Ribeirão Preto no interior de São Paulo. E por último, mas não menos importante, o podcast foi veiculado na plataforma do Spotify. A escolha estratégica do Spotify como plataforma de distribuição visou alcançar a ampla audiência dentro desses segmentos, aproveitando sua popularidade e alcance global.

Além disso, a plataforma oferece recursos que facilitam a interação e compartilhamento do conteúdo, aumentando o potencial de engajamento e disseminação da mensagem. Para o podcast, foi usado uma linguagem clara, objetiva e acessível, de forma que o público possa compreender as informações de maneira fácil e rápida.

Figura 1 -



Fonte: Instagram EntreLaçados Podcast (2024)

### 3 RELATOS DE PRODUÇÃO

O produto midiático foi desenvolvido nos estúdios da Rádio Unaerp, localizada na Universidade de Ribeirão Preto, interior de São Paulo. Foram produzidos oito episódios, com duração máxima de 15 minutos cada. Durante o processo de produção, uma das principais dificuldades enfrentadas foi o agendamento dos políticos e comunicadores, já que estavam em período de campanha política. Conciliar os horários dos convidados com os horários disponíveis da rádio foi um desafio. Por esse motivo, as gravações com Jean Corauci, Alessandro Maraca e Cristiano Pavini foram realizadas de forma online, via Google Meet.

O programa contou com o suporte necessário para as gravações e edições dos episódios. Andrei Violante e Diego Rueda estiveram à disposição para garantir que o material tivesse excelente qualidade. Para cada gravação, foi elaborado um roteiro específico para cada entrevistado, o que se mostrou fundamental para direcionar as conversas e manter o foco durante os bate-papos.

A escolha dos convidados para cada episódio foi de extrema importância. Alternamos entre políticos e especialistas, o que proporcionou uma base sólida para pesquisa e reflexão. Os episódios serão disponibilizados na conta do *Entrelaçados* no Spotify. Além disso, foi criada uma conta no Instagram do programa, que já está sendo muito útil para a divulgação. Já foram postados os bastidores das gravações com os entrevistados e especialistas, e assim que os episódios forem ao ar, eles serão divulgados também nessa página, o que será fundamental para ampliar o alcance do público.

Durante a elaboração, percebi o quanto criar um produto midiático envolve mais do que apenas ter uma boa ideia. Lidar com agendas apertadas, especialmente de políticos em campanha, foi um desafio que exigiu muita flexibilidade. A escolha de alternar entre políticos e especialistas nos episódios mostrou o quanto é importante trazer diferentes perspectivas para enriquecer o debate e oferecer ao público uma visão mais completa dos temas.

Além disso, o uso de plataformas como Spotify e Instagram foi fundamental para alcançar mais pessoas e gerar engajamento. Divulgar os bastidores das gravações nas redes sociais criou uma conexão antecipada com o público, mostrando que a comunicação hoje vai além do conteúdo principal. É sobre estar presente onde as pessoas estão e construir uma relação com elas ao longo do processo.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segundo os entrevistados, é essencial ser um comunicador dedicado, alguém que realmente aprecie a profissão e que tenha credibilidade junto ao público. A confiança do público é um elemento crucial. Além disso, é necessário conquistar o carinho e a empatia do público. Muitos jornalistas possuem grande credibilidade perante a população, mas nem sempre conseguem sucesso nas urnas. Isso ocorre, em parte, porque o público, apesar de confiar no comunicador, pode não sentir uma conexão forte o suficiente para vê-lo como um representante político. A transição para a política exige mais do que popularidade no meio jornalístico; é preciso estabelecer uma conexão com o eleitorado.

Durante as entrevistas com comunicadores, radialistas e jornalistas, ficou evidente que, antes de tudo, é essencial ser um comunicador dedicado, alguém que realmente aprecie a profissão e que tenha credibilidade junto ao público. A confiança do público é um elemento crucial, seja na televisão, no rádio ou em qualquer outro meio em que o comunicador atue. Além disso, é necessário conquistar o carinho e a empatia do público. Um ponto importante levantado é a necessidade de se especializar em uma área da comunicação antes de buscar outros caminhos, como a carreira política.

A experiência no campo da comunicação é vista como um pré-requisito para uma possível transição para a política. Muitos jornalistas possuem grande credibilidade perante a população, mas nem sempre conseguem sucesso nas urnas. Isso ocorre, em parte, porque o público, apesar de confiar no comunicador, pode não sentir uma conexão forte o suficiente para vê-lo como um representante político. Este cenário mostra que credibilidade e experiência na comunicação não são, por si só, garantias de sucesso eleitoral. A transição para a política exige mais do que popularidade e confiança no meio jornalístico; é preciso estabelecer uma nova conexão com o eleitorado, que vai além da presença midiática.

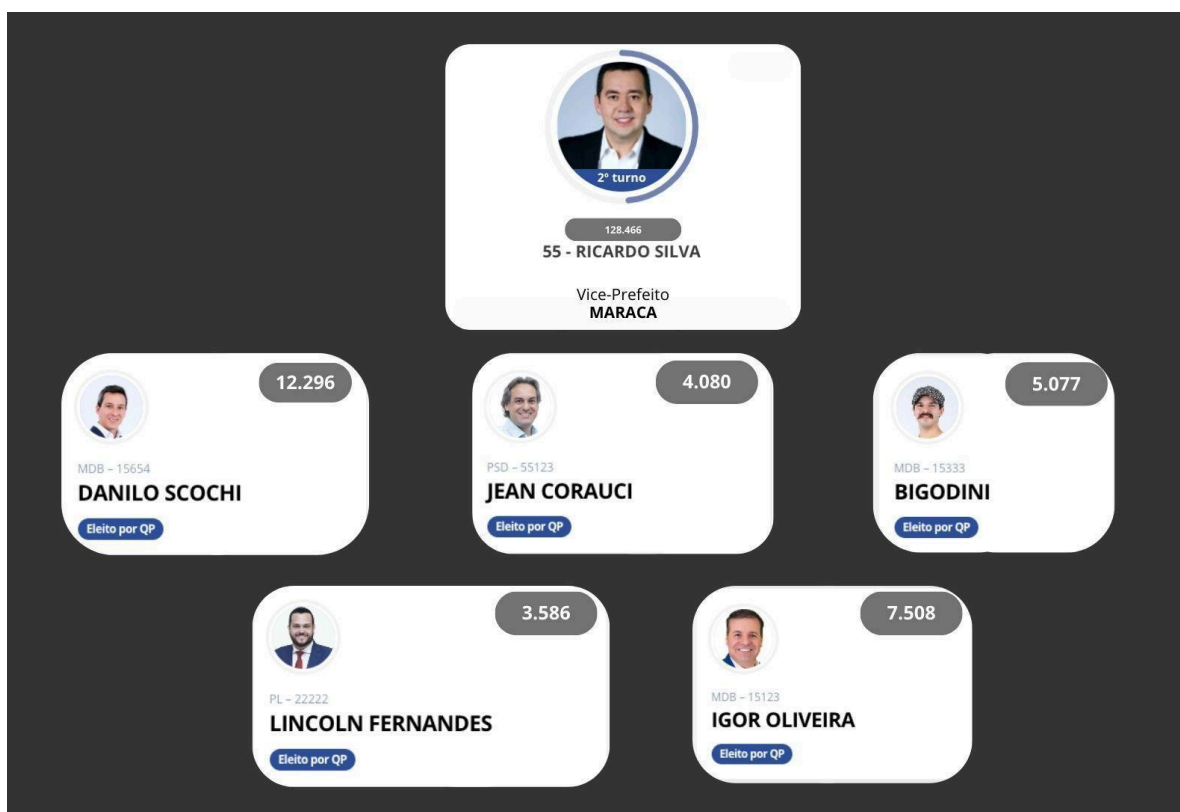
A maior parte dos comunicadores entrevistados são gratos primeiramente a Deus; 80% deles se declararam devotos e acreditam que sua trajetória de sucesso foi auxiliada por sua fé. Os desafios enfrentados por esses profissionais incluem o afastamento obrigatório da mídia durante o período eleitoral. A legislação eleitoral exige que eles se afastem por 90 dias antes das eleições, o que resulta em três meses sem trabalho, dedicando-se exclusivamente à campanha. Alguns dos entrevistados questionam essa exigência, argumentando que outras profissões não precisam cumprir esse afastamento.

De acordo com o cientista político Cristiano Pavini, não deveria haver essa sobreposição entre política e jornalismo, pois as duas áreas não combinam de forma

simultânea. Outros especialistas também sugerem que, após a campanha, deveria haver um tempo adicional de afastamento para que esses comunicadores retornassem à mídia, equivalente ao mesmo período de 90 dias que foram obrigados a cumprir antes das eleições.

No primeiro turno das eleições municipais, realizado em 6 de outubro de 2024, cerca de 20 comunicadores e jornalistas se candidataram a vereador em Ribeirão Preto. Desses, cinco foram eleitos para o cargo: Danilo Scochi (MDB), com 12.296 votos; Igor Oliveira (MDB), com 7.508 votos; Bigodini (MDB), com 5.077 votos; Jean Corauci (PSD), com 4.080 votos; e Lincoln Fernandes (PL), com 3.856 votos. Além disso, Alessandro Maraca foi eleito como vice-prefeito ao lado de Ricardo Silva, com 128.466 votos, e agora disputarão o segundo turno das eleições.

Figura 2 - Resultado das eleições em Ribeirão Preto 2024



Fonte: TSE (2024)

Para garantir a ampla divulgação do material, o podcast mantém uma conta no Instagram, que atualmente conta com mais de 40 seguidores. À medida que os episódios são lançados, eles serão divulgados nesse perfil, com links para o episódio no Spotify compartilhados nos stories. No feed, haverá uma postagem convidando o público a ouvir o novo episódio, acompanhada de uma legenda que destaca informações sobre o convidado.



Dessa forma, garantindo que o conteúdo alcance um público maior e produza melhores resultados.

Figura 3 - Captura de tela - Perfil do Entrelaçados no Instagram

entrelacadospodcast Seguindo Enviar mensagem + ...

11 publicações 45 seguidores 2 seguindo

**Entrelaçados**  
Podcast  
@kleberfernandeas || Podcast discute estratégias usadas por comunicadores para ingressar na política.  
Ouça [open.spotify.com/show/7j3zhdpW42qisEIBkTTFo?si=5ke4fXWvTXW2\\_LHK\\_nCM6Q](https://open.spotify.com/show/7j3zhdpW42qisEIBkTTFo?si=5ke4fXWvTXW2_LHK_nCM6Q)  
Seguido(a) por [blog.borala](#), [kleberfernandeas](#) e [historias\\_demonte](#)

Episódios Bastidores

**PUBLICAÇÕES** **MARCADOS**

**CHAMADA**  
Entrelaçados  
PODCAST  
KLÉBER FERNADEES  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

**ENTREVISTA #7**  
CRISTIANO PAVINI  
JORNALISTA DE DADOS  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

**ENTREVISTA #6**  
IGOR OLIVEIRA  
COMUNICADOR E POLÍTICO  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

**ENTREVISTA #5**  
RODRIGO LEONE  
JORNALISTA INVESTIGATIVO  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

**ENTREVISTA #4**  
DANILO SCOCHI  
JORNALISTA E POLÍTICO  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

**CLICK NOS BASTIDORES**  
Entrelaçados  
PODCAST

**ENTREVISTA #3**  
LUIZ RUFINO  
CIENTISTA POLÍTICO  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

**ENTREVISTA #2**  
JEAN CORAUCI  
RADIALISTA E POLÍTICO  
LINK DISPONÍVEL NA BIOGRAFIA

Fonte: Instagram Entrelaçados Podcast (2024)

## 5 CONCLUSÕES

A participação de comunicadores na política é um tema que desperta debates relevantes, especialmente quanto à necessidade de afastamento desses profissionais de suas funções midiáticas durante o período eleitoral. A maioria dos comunicadores entrevistados para esta pesquisa expressa gratidão a Deus, com 80% afirmando que sua fé foi essencial para superar desafios e alcançar o sucesso. No entanto, essa visão pessoal não exclui as dificuldades que enfrentam ao entrar na política, principalmente no que se refere às exigências legais de afastamento da mídia.

De acordo com a legislação eleitoral vigente, comunicadores que se candidatam a cargos públicos são obrigados a se afastar de seus programas ou veículos de comunicação por 90 dias antes da eleição. Esse afastamento visa evitar o uso indevido de sua visibilidade midiática para fins eleitorais, buscando preservar a equidade entre os candidatos. No entanto, alguns comunicadores questionam a exigência, argumentando que outras profissões não precisam cumprir esse período de afastamento, o que gera um sentimento de desigualdade.

Embora o afastamento seja uma medida de proteção ao processo eleitoral, especialistas como o cientista político Rodrigo Pavini apontam que a sobreposição entre jornalismo e política é problemática. Pavini defende que a neutralidade jornalística pode ser comprometida quando comunicadores utilizam sua visibilidade na mídia para se projetarem politicamente. O retorno imediato desses profissionais ao seu trabalho midiático, após o término da campanha, também levanta preocupações. Alguns especialistas sugerem que, além dos 90 dias de afastamento pré-eleitoral, deveria haver um período adicional pós-campanha, equivalente ao tempo de afastamento antes das eleições. Esse intervalo adicional garantiria uma separação mais clara entre as duas atividades, permitindo que o público recupere a percepção de neutralidade e isenção.

A exigência de afastamento, no entanto, pode ser vista de diferentes ângulos. Enquanto o foco na preservação da imparcialidade é compreensível, o impacto desse afastamento na vida profissional dos comunicadores é significativo. Eles passam três meses sem exercer sua atividade principal, o que gera uma interrupção financeira e de carreira que outros profissionais não enfrentam. Além disso, seria importante debater se o período de 90 dias é suficiente para impedir uma eventual vantagem injusta, ou se essa regra poderia ser adaptada conforme o contexto de cada profissional ou veículo de comunicação.

A fé religiosa dos comunicadores, mencionada por grande parte dos entrevistados, reflete um aspecto cultural relevante, mas que deve ser analisado com cautela no contexto

eleitoral. A gratidão a Deus e a percepção de que a fé os ajuda em suas jornadas podem influenciar tanto o comportamento político quanto o relacionamento com os eleitores. Por um lado, isso pode criar uma conexão emocional forte com um público que compartilha das mesmas crenças; por outro, é necessário considerar o impacto que esse posicionamento religioso pode ter sobre a neutralidade do discurso no contexto midiático e político.

Por fim, a discussão sobre o afastamento eleitoral de comunicadores levanta questões fundamentais sobre o equilíbrio entre liberdade profissional e responsabilidade social. Enquanto a isenção e a imparcialidade jornalística são princípios que devem ser preservados, é igualmente importante garantir que as regras sejam aplicadas de maneira justa e proporcional. Talvez uma revisão da legislação eleitoral, considerando as especificidades da profissão de comunicador, seja necessária para assegurar que esses profissionais possam exercer tanto sua carreira quanto suas ambições políticas sem prejuízos desnecessários para nenhuma das partes envolvidas.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 6.339, de 1º de julho de 1976**. Dá nova redação ao artigo 250 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, alterado pelo artigo 50, da Lei número 4.961, de 4 de maio de 1966, e ao artigo 118 da Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971. Brasília, DF: DOU, 1976. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1970-1979/16339.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/16339.htm). Acesso em: 15 maio 2024.

ETAIN. Podcast no Brasil: o crescimento da mídia digital no país. **Sua Imprensa**, 15 fev. 2024. Disponível em: <https://suaimpresa.com.br/blog/podcast-no-brasil-o-crescimento-da-midia-digital-no-pais/>. Acesso em: 20 maio 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 28 maio 2024.

GUNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão? **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 22, n. 2, p. 201-210, maio/ago. 2006. DOI: 10.1590/S0102-37722006000200010.

INSTAGRAM. Entrelaçados Podcast. 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/entrelacadospodcast/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

OLIVEIRA, Pedro Pinto de. Na mídia e na política: o comunicador-político no Brasil. **Esferas**, [S. l.], v. 1, n. 8, p. 35-45, fev. 2017. DOI: 10.19174/esf.v1i8.7905

SANTOS, Maria de Lourdes dos; SANTOS, Reinaldo dos. **O cajado de mentor: mídia, eleições e coronelismo eletrônico no Brasil**. Dourados: UFGD EDITORA, 2017. Disponível em: <https://omp.ufgd.edu.br/omp/index.php/livrosabertos/catalog/%20book/152>. Acesso em: 25 maio 2024.

SILVA, Wesley Kozlik; GUADAGNINI, Graziella Medeiros; SANTINELLO, Jamile. **Caracterização do público brasileiro de ouvintes de podcasts e suas interfaces com a educação**. Florianópolis, Revista Linhas, v. 22, n. 50, p. 246-265, set.-dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/linhas/article/view/15723>. Acesso em: 22 de maio de 2024.

TSE. Eleição Municipal Ordinária 2024. 2024. Disponível em: <https://resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao/resultados> Acesso em: 10 nov. 2024.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - Gravação Lincoln Fernandes



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #1: GRAVAÇÃO LINCOLN FERNANDES</b>		
<b>DATA:</b> 02/09/2024 - SEGUNDA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 18H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

#### **TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Sejam todos bem-vindos ao podcast “Entrelaçados”, o seu podcast de comunicação e política. Aqui debatemos os assuntos que envolvem a política e a comunicação.

**LOC.:** Eu sou Kleber Fernandes e para iniciarmos a primeira entrevista, recebo Lincoln Fernandes, jornalista e radialista de Ribeirão Preto. Com experiência na comunicação desde os 14 anos, Lincoln construiu uma carreira na TV e foi premiado por suas reportagens. Em 2016, foi eleito vereador pelo PDT, trazendo um enfoque independente para a fiscalização e proteção ao cidadão e ao patrimônio público. Seja bem-vindo.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Lincoln, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Você acredita que a visibilidade obtida na mídia pode ser um trampolim legítimo para uma carreira política? Por quê?

**CONVIDADO:**

#### **TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Lincoln, existe um limite entre o papel do comunicador e o do político? Como manter uma prática ética nos dois campos?

**CONVIDADO:**

**LOC:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética na política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos? Como você avalia essa situação?

**CONVIDADO:**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco, e Lincoln, gostaria de perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Lincoln, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Esse foi o primeiro episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

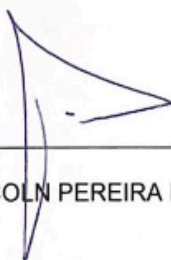
## APÊNDICE B - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Lincoln Fernandes

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST, do Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, **02 de setembro** de 2024.



Nome: LINCOLN PEREIRA FERNANDES

CPF/CNPJ: 215.245.908-35

## APÊNDICE C - Gravação Jean Corauci



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #2: GRAVAÇÃO JEAN CORAUCI</b>		
<b>DATA:</b> 05/09/2024 - QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 17H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Sejam todos bem-vindos ao podcast “ENTRELAÇADOS”, O SEU PODCAST DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA!

**LOC.:** No programa de hoje, eu recebo hoje o vereador Jean Corauci, que é tecnólogo em Processamento de Dados, Bacharel em Análise de Sistemas e Pós-Graduado em Administração de Empresas. Filho do radialista Coraucci Netto, Jean também teve carreira no rádio. Seja bem-vindo.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Jean, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Você acredita que a visibilidade obtida na mídia pode ser um trampolim legítimo para uma carreira política? Por quê?

**CONVIDADO:**

**TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Jean, existe um limite entre o papel do comunicador e o do político? Como manter uma prática ética nos dois campos?

**CONVIDADO:**

**LOC:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética na política?

**CONVIDADO:**



**LOC.:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos? Como você avalia essa situação?

**CONVIDADO:**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco, e Jean, gostaria de perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Jean, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

## APÊNDICE D - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Jean Corauci

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST**, do **Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

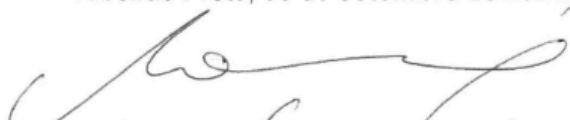
Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, **05 de setembro** de 2024.

Assinatura:

Nome:

CPF/CNPJ:

  
Jean Corauci  
266 202 128-40

## APÊNDICE E - Gravação Danilo Scochi



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #3: GRAVAÇÃO DANILO SCOCHI</b>		
<b>DATA:</b> 06/09 - SEXTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 17H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Sejam todos bem-vindos ao podcast “ENTRELAÇADOS”, O SEU PODCAST DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA!

**LOC.:** No episódio de hoje eu recebo Danilo Scochi. Desde 2007 Danilo atuou como editor de texto e apresentador na EPTV - Ribeirão Preto, onde consolidou sua carreira. Sua jornada começou no rádio, passando pelas Rádios 79, Clube, Globo e CBN. O comunicador também desempenhou o papel de repórter no extinto Clube Verdade e trabalhou nas sedes da RECORDTV em Ribeirão Preto e Franca. Além de suas funções jornalísticas, acumulou experiência em apresentação de eventos e cerimoniais, bem como na gravação de vídeo aulas e eventos online. Seja bem-vindo, Danilo.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Danilo, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Você acredita que a visibilidade obtida na mídia pode ser um trampolim legítimo para uma carreira política? Por quê?

**CONVIDADO:**

**TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Danilo, existe um limite entre o papel do comunicador e o do político? Como manter uma prática ética nos dois campos?

**CONVIDADO:**

**LOC:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém

que quer usar a mídia de forma ética na política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos? Como você avalia essa situação?

**CONVIDADO:**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco, e Danilo, gostaria de perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Danilo, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

## APÊNDICE F - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Danilo Scochi

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST**, do **Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, **06** de **setembro** de 2024.

Assinatura: 

Nome: Danilo Scochi

CPF/CNPJ: 313.644.778-66

## APÊNDICE G - Gravação Igor Oliveira



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #4: GRAVAÇÃO IGOR OLIVEIRA</b>		
<b>DATA:</b> 11/09/ - QUARTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 14H30	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Sejam todos bem-vindos ao podcast “Entrelaçados”, o seu podcast de comunicação e política.

**LOC.:** No episódio de hoje eu recebo Igor Oliveira, apresentador de rádio e TV. Igor é casado e pai da Maria e do José. Igor foi o vereador mais votado pela segunda vez consecutiva em 2015 e 2020. Além disso, é filho de Léo Oliveira, também conhecido por seu trabalho como comunicador. Seja bem-vindo, Igor.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Igor, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Você acredita que a visibilidade obtida na mídia pode ser um trampolim legítimo para uma carreira política? Por quê?

**CONVIDADO:****TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Igor, existe um limite entre o papel do comunicador e o do político? Como manter uma prática ética nos dois campos?

**CONVIDADO:**

**LOC:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética na política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos? Como você avalia essa situação?

**CONVIDADO:**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco, e Igor, gostaria de perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Igor, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

## APÊNDICE H - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Igor Oliveira

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costabile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST**, do **Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

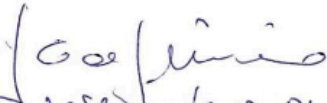
Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, **11 de setembro** de 2024.

Assinatura:

Nome:

CPF/CNPJ:

  
Igor José Simões de Oliveira  
316.352.828-70



## APÊNDICE I - Gravação Luiz Rufino



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #5: GRAVAÇÃO LUIZ RUFINO</b>		
<b>DATA:</b> 11/09 - QUARTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 17H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Sejam todos bem-vindos ao “ENTRELAÇADOS”, O SEU PODCAST DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA!

**LOC.:** No episódio de hoje eu recebo o cientista político, Luiz Rufino. Que também é especialista em marketing político. Seja bem-vindo.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Quais são os principais fatores que motivam comunicadores a fazer a transição para a política, e como esses fatores influenciam suas campanhas e estratégias?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Em que medida a presença de comunicadores em posições de destaque na mídia pode influenciar a cobertura política e a formação de opinião pública?

**CONVIDADO**

**TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Luiz de que maneira a mídia tradicional, como jornais e televisão, ainda influencia a política comparado aos novos meios de comunicação digital?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Quais são os riscos e desafios associados ao uso estratégico dos meios de comunicação por políticos e comunicadores para expandir suas influências?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Como a ética e a transparência são tratadas nesse contexto, especialmente quando

comunicadores e políticos têm interesses financeiros ou pessoais em jogo?

**CONVIDADO**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco. Há evidências de que a influência de comunicadores sobre a política pode levar a uma maior polarização ou desinformação? Como isso pode ser mitigado?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Como a transição de comunicadores para a política influencia a relação entre mídia e política, e quais são as possíveis consequências para a independência da imprensa e a formação da opinião pública?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Luiz, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

## APÊNDICE J - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Luiz Rufino

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST**, do **Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, 11 de **setembro** de 2024.

Assinatura:

Nome:

CPF/CNPJ:

110 038 2822

## APÊNDICE K - Gravação Rodrigo Leone



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #6: GRAVAÇÃO RODRIGO LEONE</b>		
<b>DATA:</b> 13/09 - SEXTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 17H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Sejam todos bem-vindos ao “ENTRELAÇADOS”, O SEU PODCAST DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA!

**LOC.:** No episódio de hoje, recebo Rodrigo Leone, locutor e jornalista que luta pela qualidade no serviço público. Ele é ativista social, cidadão atuante e jornalista investigativo.

**LOC.:** Rodrigo foi convidado porque juntos vamos fazer uma análise das estratégias usadas pelos comunicadores. Seja bem-vindo, Rodrigo.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Quais são os principais fatores que motivam comunicadores a fazer a transição para a política, e como esses fatores influenciam suas campanhas e estratégias?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Em que medida a presença de comunicadores em posições de destaque na mídia pode influenciar a cobertura política e a formação de opinião pública?

**CONVIDADO**

**TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Rodrigo, de que maneira a mídia tradicional, como jornais e televisão, ainda influencia a política comparado aos novos meios de comunicação digital?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Quais são os riscos e desafios associados ao uso estratégico dos meios de comunicação por políticos e comunicadores para expandir suas influências?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Como a ética e a transparência são tratadas nesse contexto, especialmente quando comunicadores e políticos têm interesses financeiros ou pessoais em jogo?

**CONVIDADO****TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco. Há evidências de que a influência de comunicadores sobre a política pode levar a uma maior polarização ou desinformação? Como isso pode ser mitigado?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Como a transição de comunicadores para a política influencia a relação entre mídia e política, e quais são as possíveis consequências para a independência da imprensa e a formação da opinião pública?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Rodrigo, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Antes de encerrarmos, aproveite para nos seguir nas redes sociais, instagram @entrelacadospodcast. Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

**TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

## APÊNDICE L - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Rodrigo Leone

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST**, do **Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, 13 de setembro de 2024.

Assinatura: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

CPF/CNPJ: \_\_\_\_\_

## APÊNDICE M - Gravação Cristiano Pavini



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #7: GRAVAÇÃO CRISTIANO PAVINI</b>		
<b>DATA:</b> 19/09 - QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 12H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Seja bem-vindo ao “ENTRELAÇADOS”, O SEU PODCAST DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA!

**LOC.:** No episódio de hoje, recebo Cristiano Pavini, Jornalista especializado em dados, trabalha na cobertura local há doze anos. Em 2019, fundou o Farolete, agência independente em Ribeirão Preto voltada para reportagens de impacto, recebendo premiações de destaque. Também é coordenador de projetos na Transparência Brasil, organização não governamental que atua no combate à corrupção

**LOC.:** Cristiano foi convidado porque juntos vamos fazer uma análise das estratégias usadas pelos comunicadores. Seja bem-vindo, Cristiano.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Quais são os principais fatores que motivam comunicadores a fazer a transição para a política, e como esses fatores influenciam suas campanhas e estratégias?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Em que medida a presença de comunicadores em posições de destaque na mídia pode influenciar a cobertura política e a formação de opinião pública?

**CONVIDADO**

**TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Cristiano, de que maneira a mídia tradicional, como jornais e televisão, ainda influencia a política comparado aos novos meios de comunicação digital?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Quais são os riscos e desafios associados ao uso estratégico dos meios de comunicação por políticos e comunicadores para expandir suas influências?

**CONVIDADO**

**LOC.:** Como a ética e a transparência são tratadas nesse contexto, especialmente quando comunicadores e políticos têm interesses financeiros ou pessoais em jogo?

**CONVIDADO**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco. Há evidências de que a influência de comunicadores sobre a política pode levar a uma maior polarização ou desinformação? Como isso pode ser mitigado?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Como a transição de comunicadores para a política influencia a relação entre mídia e política, e quais são as possíveis consequências para a independência da imprensa e a formação da opinião pública?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Cristiano, muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Antes de encerrarmos, aproveite para nos seguir nas redes sociais, instagram @entrelacadospodcast. Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**



## APÊNDICE N - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Cristiano Pavini

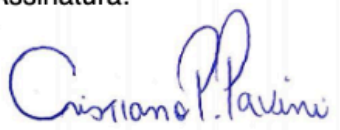
**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, **eu**, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST, do Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, **19 de setembro** de 2024.

Assinatura:



Nome: Cristiano P. Pavini

CPF/CNPJ: 310.852.198-52

## APÊNDICE O - Gravação Alessandro Maraca



<b>ROTEIRO DE CAPTAÇÃO #8: GRAVAÇÃO ALESSANDRO MARACA</b>		
<b>DATA:</b> 19/09 - QUINTA-FEIRA	<b>HORÁRIO:</b> 14H	<b>DURAÇÃO:</b> 15 MINUTOS
<b>SIGLAS:</b> TÉC. = TÉCNICA   LOC. = LOCUTOR   VH. = VINHETA		
<b>APRESENTAÇÃO:</b> KLÉBER SOARES FERNANDES MOLESIN		

**TÉC: VH - ABERTURA**

**LOC.:** Olá! Seja bem-vindo ao “ENTRELAÇADOS”, O SEU PODCAST DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA!

**LOC.:** No episódio de hoje, eu recebo Alessandro Maraca, ribeirão-pretano, nascido nos Campos Elíseos e criado no Quintino 2. Ele é filho da dona Isaura e do falecido Sr. Moacir, casado com Patrícia Di Donato e pai da Anna Laura e Alexia Eduarda. Formado em Direito, pós-graduado em Gerência de Cidades, cursou Contabilidade e é radialista, além de especialista em Políticas Públicas para a Juventude. Maraca também é apresentador e esteve no grupo That Hi Ribeirão durante 6 anos. Seja bem-vindo, Maraca!

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Maraca, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Você acredita que a visibilidade obtida na mídia pode ser um trampolim legítimo para uma carreira política? Por quê?

**CONVIDADO:****TRANSIÇÃO - BLOCO 1**

**LOC.:** Para esse segundo bloco, Maraca, existe um limite entre o papel do comunicador e o do político? Como manter uma prática ética nos dois campos?

**CONVIDADO:**

**LOC:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética na política?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos? Como você avalia essa situação?

**CONVIDADO:**

### **TRANSIÇÃO - BLOCO 2**

**LOC.:** Estamos iniciando o terceiro bloco, e Maraca, gostaria de perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Maraca muito obrigado pela sua participação.

**CONVIDADO:**

**LOC.:** Antes de encerrarmos, aproveite para nos seguir nas redes sociais, instagram @entrelacadospodcast. Esse foi mais um episódio do podcast “Entrelaçados”. Muito obrigado e até a próxima.

### **TÉC: VH - ENCERRAMENTO**

## APÊNDICE P - Termo de Autorização de Imagem e Voz - Alessandro Maraca

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, **eu**, abaixo firmado e identificado, autorizo, graciosamente, a **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO**, entidade sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 55.983.670/0001-67, sediada na Avenida Costábile Romano, nº 2201, Ribeirão Preto, São Paulo, a utilizar **minha imagem e voz**, para fins de participação no **TCC - Trabalho de Conclusão de Curso** desenvolvido (a) pela **UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP** intitulado (a) **ENTRELAÇADOS PODCAST, do Curso de Jornalismo** a ser apresentado em Banca Avaliadora e depois veiculado (a), nas redes sociais do Curso e do Projeto.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem e voz, pela **ASSOCIAÇÃO DE ENSINO DE RIBEIRÃO PRETO** da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, de acordo com os artigos 7º e 11º. da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). Seus dados serão armazenados em nossa base segura.

Ribeirão Preto, **19 de setembro** de 2024.

Assinatura:



Assinado de forma digital por  
ALESSANDRO DA SILVA  
FIRMINO  
Dados: 2024.09.23 09:35:30  
-03'00'

Nome: Alessandro da Silva Firmino

CPF/CNPJ: 181.135.358-45

## APÊNDICE Q - Decupagem Lincoln Fernandes - 1º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:16 - Kléber:** Olá, sejam todos bem-vindos ao podcast Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. Aqui, debatemos os assuntos que envolvem a política e a comunicação. Eu sou Kleber Fernandes, e para iniciarmos a primeira entrevista, recebo ele, Lincoln Fernandes, jornalista e radialista de Ribeirão Preto. Com experiência na comunicação desde os 14 anos, Lincoln construiu uma carreira na TV e foi premiado por suas reportagens. Em 2016, foi eleito vereador pelo PDT, trazendo um enfoque independente para fiscalização e proteção ao cidadão e ao patrimônio público.

**00:00:52 - Kléber:** Atualmente, ele está no partido do PL. Seja bem-vindo, Lincoln.

**00:00:56 - Lincoln:** Kleber, um abraço para você, meu respeito e meu abraço à banca de examinadores, a todos que acompanham o programa Entrelaçados, o podcast. Estou à disposição, obrigado pelo convite e pela oportunidade.

**00:01:09 - Kléber:** Lincoln, para a gente começar, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**00:01:17 - Lincoln:** Totalmente. Como radialista, e eu comecei muito novo, com 14 anos, a gente guarda uma experiência prática do ambiente que a gente vive, no caso aqui, a nossa região. Pela abrangência regional do rádio, a força do rádio, ainda a atual força do rádio, dá para fazer várias coisas e ouvir rádio. Dá para ouvir rádio e fazer muitas coisas ao mesmo tempo. Então a gente, voltando ao que você perguntou, acumulou uma experiência grande acompanhando os acontecimentos mais relevantes aqui de Ribeirão Preto e de toda a nossa região. E a semelhança está, creio eu, Kléber, no papel questionador, no papel do repórter, de questionar, de apurar, de investigar. A partir do momento que você entra para o parlamento, que foi o meu caso, quando me candidatei a vereador em 2016, você tem semelhanças na sua condução, seja no que diz respeito à profissão de repórter, ou, no caso, vereador, quando fui eleito pela primeira vez. Porque o parlamentar também tem um papel fiscalizador.

**00:02:39 - Lincoln:** O papel do vereador, o papel de um deputado, antes de mais nada, é fiscalizar o poder executivo. E esse é um papel que a imprensa desenvolve. A apuração, questionar... Então eu tive muita facilidade no que diz respeito à atuação como parlamentar, como vereador, a partir do momento que entrei na Câmara Municipal. Porque eu guardei essas semelhanças. É claro que isso exige uma independência. Você não pode ter um perfil num programa de rádio e um outro perfil como político. Estou dizendo na linha de atuação. Então, no meu caso, foi dessa maneira. Tanto que quando me candidatei pela segunda vez a vereador, minha votação subiu 43%. Acredito eu por essa independência, por esse papel questionador. E tentar, de alguma forma, transformar e ajudar as pessoas.

**00:03:42 - Kléber:** E você acredita que a visibilidade obtida na mídia pode ser um trampolim legítimo para uma carreira política? E por quê?

**00:03:49 - Lincoln:** Olha, pode. Mas a lei eleitoral equilibra isso, né? A lei eleitoral obriga que os profissionais de comunicação se afastem dos programas de rádio e dos programas de televisão num período de 90 dias. E agora, com essa era das redes sociais e tudo mais, está deixando o papel desequilibrado para quem trabalha na comunicação. Porque as forças sociais também têm... As redes sociais, desculpe, também têm a sua força. E aí, a lei não vai questionar esse tipo de situação? Por que só quem é profissional do rádio ou da televisão tem que se afastar? O médico que é candidato a vereador não se afasta do trabalho dele? O advogado? Nenhuma outra profissão. Somente o comunicador. Então você entra num período de carência de 90 dias que você fica sem, primeiro, o seu ganha-pão, o seu trabalho. No meu caso, eu não entro num estúdio de rádio ou de televisão para passear ou para aparecer. É meu ganha-pão, é a minha vida. É a minha profissão. Então você tem que ficar 90 dias afastado para promover, de acordo com o entendimento da lei eleitoral, um equilíbrio com os outros candidatos. Acho que essa é uma discussão que precisa ser colocada em razão das redes sociais. Nas redes sociais, ninguém precisa se afastar.

**00:05:21 - Lincoln:** Mas isso prova também, mais uma vez, a força do rádio e também da televisão, no caso, onde está a obrigatoriedade de se afastar. Mas tem uma coisa muito importante que a gente precisa colocar aqui. Você não pode usar de um programa de rádio para se promover na política. A política virá naturalmente, se for do entendimento do profissional, exatamente para somar. Não se aproveitar de uma situação. No que diz respeito

ao profissionalismo, você tem que ser o mesmo, antes ou depois de ter sido eleito alguma coisa.

**00:06:10 - Kléber:** Para esse segundo bloco, gostaria de perguntar se existe um limite entre o papel do comunicador e do político. E como manter uma prática ética nesses dois campos?

**00:06:19 - Lincoln:** Se mantendo o mesmo. Se mantendo o mesmo profissional. E o público vai ver isso. Porque muita gente pode entender, Kléber, que você está se utilizando da comunicação para aparecer e se promover politicamente. Muita gente, de uma forma equivocada, tem esse conceito. Eu não o vejo assim. Desde que você tenha o mesmo e mantenha o mesmo perfil de atuação. No meu caso, voltando, que sou o personagem aqui em questão, me mantive o mesmo questionador, na cobrança, claro que tudo dentro de uma linha ética, com a prestação de serviço, o jornalismo comunitário, o jornalismo social, entanto não mudar o mundo, mas mudar o que está ao nosso alcance. Então, se você se mantiver exatamente com o mesmo perfil profissional, eu acho que não há problema nenhum. E o público vê. No caso, o público barra o eleitor e vê quem pode mudar da noite para o dia. E acaba não perdendo em uma outra eleição.

**00:07:37 - Kléber:** Lincoln, você como comunicador, e quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética na política?

**00:07:43 - Lincoln:** A transparência, o profissionalismo. A sua carreira como comunicador é que vai te impulsionar. Porque as pessoas vão despertar confiança, credibilidade, vão acreditar em você. Não usando um microfone para aparecer. Gente, isso é uma ferramenta muito séria. A abrangência disso é muito grande. Da mesma forma que isso está te credibilizando, pode estar te destruindo também. Se você não tiver um comportamento profissional. Então é você se manter profissional ao extremo.

**00:08:16 - Kléber:** O microfone pode virar uma arma, né?

**00:08:17 - Lincoln:** Exatamente. Ou você pode... Tanto você pode construir como destruir. Então você tem que ser um profissional. É uma responsabilidade muito grande. No caso, o curso aqui separa os profissionais dos aventureiros. Vamos lá. Vamos lá. Quem é profissional da área está aqui, está fazendo o curso. Ao contrário de aventureiros. Que acham que isso aqui

é um brinquedinho. Eu vou aparecer, eu vou falar pro papai, pra mamãe, pra namorada. É o que eu estou falando aqui. E aí? A gente tem que falar para somar. Esse é um instrumento de transformação.

**00:08:59 - Kléber:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos?

**00:09:06 - Lincoln:** Tem um monte.

**00:09:07 - Kléber:** Como você avalia esse campo?

**00:09:08 - Lincoln:** Eu não vou citar nomes para não ser antiético aqui. Mas todos ficaram pelo caminho. Exatamente em cima dessa linha que eu coloquei. Veja que os comunicadores mais tradicionais se mantêm. O bom profissional, ele tem longa trajetória. Ele tem um bom conceito. Só que, como toda profissão, tem exatamente aqueles que se aventuram.

**00:09:33 - Kléber:** Acabam surfando na onda.

**00:09:35 - Lincoln:** Acabam surfando na onda. Mas não dura muito tempo não.

**00:09:46 - Kléber:** Estamos agora iniciando o terceiro bloco. Lincoln, gostaria de te perguntar. Na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**00:09:57 - Lincoln:** É se manter exatamente na mesma linha de atuação. Se manter exatamente com o mesmo perfil que te ajudou a colocar ali. Porque a gente está falando de um cargo eletivo. A pessoa credibiliza o seu nome. Não é fácil não. Você tirar uma pessoa no domingo de eleição vai lá, lembra o seu nome porque acreditou em você. A gente está falando aqui no que diz respeito à atuação no rádio acreditou em você, na sua condução, no seu comentário, na sua análise, no seu papel de atuação. Isso também envolve outras profissões. No que diz respeito se a gente abrir o leque aqui. Então você tem que manter o mesmo. Transparente com o público. Transparente com o público e com a mesma atuação. Não adianta você ser um leão no microfone e um gatinho na política. No que diz respeito à conduta daquilo que é em prol da população. Porque quando você entra na política você tem



que escolher um lado. E no meu entendimento é o lado da população. Qualquer outro lado é errado.

**00:11:08 - Kléber:** E qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar nesse campo político sem perder a credibilidade que foi debate durante esse podcast?

**00:11:17 - Lincoln:** Entre primeiro na comunicação. Seja primeiro um comunicador. Cria sua identidade como comunicador. A política, ela virá naturalmente se for o desejo da pessoa. Se você entrar na profissão querendo ser político você já não entra focado creio que a chance de sucesso não é grande. Faça o caminho contrário. Muita gente pode pontuar o seguinte: manter a credibilidade como manter a linha de credibilidade trabalhando num programa de rádio no caso de ser político. Eu não vejo nenhum descrédito nisso, pelo contrário. Acho que é um acréscimo. Isso é um plus pra você. Porque através da sua profissão você conseguiu convencer o seu público que está te dando uma ferramenta a mais para ajudá-lo. Então não é nenhum demérito estar na comunicação e estar na política, mas você tem que trilhar um caminho. Tem que trilhar um caminho.

**00:12:28 - Kléber:** Lincoln, estamos chegando ao final do nosso podcast e eu quero agradecer muito pela sua participação, viu?

**00:12:33 - Lincoln:** Eu que agradeço, Kleber. Um abraço a todos do podcast Entrelaçados. Espero ter contribuído um pouco com a análise dos examinadores. Desejo boa sorte a você. Muito competente e muito obrigado pela oportunidade.

**00:12:46 - Kléber:** Esse foi o primeiro episódio do podcast Entrelaçados. Muito obrigado e até a próxima.

## APÊNDICE R - Decupagem Jean Corauci - 2º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:16 - Kléber:** Olá, sejam todos bem-vindos ao podcast Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No programa de hoje, eu recebo o comunicador e vereador Jean Corauci, que é tecnólogo em Processamento de Dados, bacharel em Análise de Sistemas e pós-graduado em Administração de Empresas, filho do radialista Corauci Neto. Jean também teve carreira no rádio. Seja bem-vindo.

**00:00:42 - Jean:** Obrigado pelo convite, é um prazer estar conversando com todos vocês e espero que seja um bate-papo muito gostoso.

**00:00:49 - Kléber:** Jean, muito obrigado mais uma vez e para a gente iniciar o nosso bate-papo, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**00:01:00 - Jean:** Não, na parte como radialista não, mesmo porque o programa que eu acabo fazendo junto com o meu pai, ele não tem nenhuma conotação política nem jornalística, é um programa mais voltado para o entretenimento. Como é um programa para entretenimento, a gente dificilmente ou quase nunca aborda um tema político no programa. A gente não entrevista pessoas, nosso objetivo no programa é trazer entretenimento, tanto que a gente toca música, tem brincadeiras, não vejo nenhuma ligação entre a política e o programa que eu e meu pai fazemos do programa da rádio ou da TV com a política.

**00:01:39 - Kléber:** Podemos dizer que como você apresenta um programa com o seu pai, você pode ter se inspirado nele, se inspirado, conta para a gente.

**00:01:46 - Jean:** Isso, isso mesmo, eu tenho o meu pai como um grande exemplo, é um dos maiores comunicadores aqui de Ribeirão Preto, da nossa região, do nosso estado, quem sabe até o maior nós tivemos e temos ainda aqui em Ribeirão Preto. Ele foi eleito o melhor animador de programas de rádio na década de 60 e desde, ele já tem mais de 60, quase 65 anos de comunicação, isso todos os anos, cada ano que vai passando ele vai completando um ano a mais, isso é, são quase 65 anos ininterruptos, fazendo, trazendo alegria para a dona de

casa, para as pessoas que trabalham, no meu modo de entender e eu entendo assim, eu procuro seguir os passos dele e tento me espelhar, sei que não vou conseguir nem 10% do carisma que ele teve e que ele tem com as pessoas, mas eu procuro me espelhar no que ele fez e continua fazendo.

**00:02:42 - Kléber:** Jean, você acredita que a visibilidade obtida na mídia possa ser um trampolim legítimo para uma carreira política e o porquê?

**00:02:51 - Jean:** Não, no meu modo de entender não, lógico que a visibilidade ou o conhecimento das pessoas, você passa a ser uma pessoa mais conhecida, mas isso não quer refletir, não diz que, não se reflete em votos ou não se reflete na urna, nós já tivemos exemplos anteriores de candidatos que tinham audiência praticamente consolidada, tanto no rádio quanto na TV, sendo praticamente líder de audiência e quando foi fazer o seu teste, propriamente dito nas urnas, acabou não tendo a expressão que imaginou que ele teria, era líder de audiência no segmento, ali que ele fazia um programa jornalístico, na época e quando foi para as urnas, simplesmente quase não teve votos nenhum, então no meu modo de entender, facilita sim você ser conhecido, mas não quer dizer que vai refletir em votos.

**00:03:52 - Kléber:** Para esse segundo bloco Jean, existe um limite entre o papel do comunicador e o do político e como manter uma prática ética nos dois campos?

**00:04:02 - Jean:** Bom, eu vejo que eu separo muito a parte política da parte do programa de rádio e TV, mesmo porque em nenhum momento no meu programa, que eu faço com o meu pai, a gente estreou um novo programa que é tanto na rádio quanto na TV, tem aí quase um ano, em novembro do ano passado nós começamos esse programa, em nenhum momento nós falamos alguma coisa sobre política, como eu disse no começo do nosso programa, lá a gente está para entreter as pessoas, já fui procurado, várias pessoas me deram, mas Jean, você tem que falar dos seus projetos, você tem que estar falando sobre as coisas que você faz, por mim eu não penso dessa forma, respondi para a pessoa, falei, não, ali o programa é para entreter a pessoa, se eu quisesse fazer um programa que é para falar sobre política seria um outro programa e não esse programa que eu faço junto com meu pai, então eu separo muito bem tanto o programa da rádio e TV quanto da vida política.

**00:05:04 - Kléber:** Como um comunicador, quais são as estratégias que você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética dentro da política?

**00:05:13 - Jean:** Olha, a primeira coisa é você trazer verdade, você falar direto com as pessoas e contando a verdade, contando a sua história, tentando ajudar as pessoas, porque o meio de comunicação você pode tentar ajudar as pessoas, várias e várias vezes tem pessoas que estão precisando de sangue, você faz uma campanha de doação de sangue, tem pessoas, por exemplo, teve um período aí que nós tivemos problemas no Rio Grande do Sul com o alagamento que teve, as mídias sociais, TV também, rádio fazendo campanha, nós tivemos recentemente as queimadas aqui que ainda continuam acontecendo em Ribeirão Preto e as pessoas continuam fazendo campanhas para que você possa sensibilizar outras pessoas para ajudar, mas como respondendo o que você me perguntou, no meu modo de entender, é trazendo verdade e falando com o coração. Quando você fala com o coração e traz verdade para as pessoas, não tem porque você não acertar e não está fazendo o bem para os outros.

**00:06:13 - Kléber:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos e como você avalia essa situação?

**00:06:23 - Jean:** Olha, na minha avaliação, o meio de comunicação para um político, se nós formos ver propriamente dito, eu vejo que é muito ingrato, porque se você pegar um advogado, um médico, dentista, professor, não importa a profissão das pessoas, durante o período eleitoral essas pessoas continuam trabalhando, atendendo as pessoas que tinham, se é um médico vai continuar ali atendendo a pessoa, vai poder pedir o voto durante o seu atendimento, já o comunicador de rádio, TV, essa pessoa não, essa pessoa tem que se afastar dos meios de comunicação e muitas vezes pais, mães de família que querem, de repente, entrar no mundo da política e tem um único ganha-pão ali é o meio de comunicação e a partir do momento que ele quer entrar para a vida pública, quer tentar um cargo de vereador, prefeito, deputado, não importa o cargo que ele tenha que tentar, ele tem que se afastar do rádio ou da TV, ao momento que ele se afasta, todo o ganha-pão, todo o salário que ele tinha é cortado, então muitas vezes a pessoa que quer entrar, que é do meio público, do meio da comunicação, a hora que vai querer entrar para o meio da política é simplesmente falar, olha, eu escolho ou eu continuo fazendo meu programa de rádio e TV e tendo meu ganha-pão ou eu vou tentar a vereança, vou tentar a vida de deputado, estou dizendo tentar porque a gente não sabe se vai ganhar e eu não sei o que vai acontecer porque a pessoa simplesmente perde o seu

ganha-pão, ou seja, não tem como administrar as duas coisas, já um médico, dentista, advogado e esse pode continuar trabalhando normalmente, então no meu modo de entender é muito injusto e voltando ao que você está falando, eu nunca me deparei com ninguém usufruindo ou usurpando do meio de comunicação para se promover na vida pública, pelo contrário, eu vejo que, no meu caso, eu separo muito bem uma coisa da outra.

**00:08:36 - Kléber:** Estamos iniciando, nesse exato momento, o terceiro bloco e, Jean, eu gostaria de perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**00:08:49 - Jean:** Na minha visão, o principal desafio é esse período que você fica sem o seu ganha-pão, é esse período que você não pode estar no ar e também você não tem, a partir do momento que você não está no ar, você não tem o seu ganha-pão, você não tem o seu salário. Então, é um período que você ou se você se preparou durante um período, foi guardando dinheiro para que você possa se sustentar desse período que você está passado ou simplesmente você desiste. O principal desafio, no meu modo de vista, no meu modo de entender é esse, é você conseguir passar por esse período que você está fora do ar.

**00:09:28 - Kléber:** Estamos agora entrando na reta final do nosso programa e qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**00:09:40 - Jean:** O meu maior conselho é diga a verdade, não importa o que vai acontecer, diga sempre a verdade para as pessoas que estão te acompanhando, tente ajudar as pessoas que estão te acompanhando, mas, acima de tudo, diga a verdade, diga com o coração, porque a partir do momento que você começa a mentir, você não traz a verdade, você não leva mais carinho para as pessoas, as pessoas simplesmente te abandonam. Vamos supor, você é um vereador e tem um programa de rádio, um programa de TV, a partir do momento que você fala uma coisa na rádio e faz outra coisa na vida pública, como vereador ou como deputado, as pessoas vão saber. Não adianta você falar na TV e na rádio uma coisa e você fazer outra na vida pública, então se você pretende fazer uma coisa, na hora que você estiver no ar, diga a verdade também, que é a maneira que você vai ter, mas, acima de tudo, acredite em Deus, peça a Deus que se Ele puder, se Ele achar que você vai ser uma pessoa boa para ajudar a

população da sua cidade, do seu estado, do seu país, que Ele possa te conceder a graça de estar sendo eleito e sendo escolhido pela população.

**00:10:54 - Kléber:** Jean, quero agradecer mais uma vez pela sua participação e muito obrigado, viu?

**00:00:58 - Jean:** Eu que agradeço, desejo um ótimo programa para todos e que Deus abençoe todos que estão nos acompanhando e parabéns pelo trabalho de vocês.

**00:11:09 - Kléber:** Muito obrigado. Esse foi mais um episódio do podcast Entrelaçados. Muito obrigado a todos e até a próxima.

## APÊNDICE S - Decupagem Luiz Rufino - 3º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:17 - Kléber:** Olá, sejam todos bem-vindos ao Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No episódio de hoje, eu recebo o cientista político Luiz Rufino, que também é especialista em marketing político. O Luiz foi convidado para o programa porque juntos vamos fazer uma análise das estratégias usadas por esses comunicadores. Seja bem-vindo, Luiz.

**00:00:39 - Luiz:** Eu que agradeço o convite e espero esclarecer algumas coisas que iremos analisar ao longo dessa entrevista.

**00:00:45 - Kléber:** Com certeza. Para iniciar o nosso bate-papo, Luiz, eu gostaria de perguntar quais são os principais fatores que motivam os comunicadores a fazer a transição para a política e como esses fatores influenciam suas campanhas e as estratégias?

**00:01:00 - Luiz:** Então vamos lá. Para a gente entender por que o comunicador, às vezes, é empurrado literalmente para a política. A base fundamental do político, a matéria, o objeto fundamental do político é a comunicação, é o discurso, de maneira simples. Para você entender. Se eu quiser pesquisar a fauna, eu vou juntar um bando de animal, cercá-lo e vou pesquisar exatamente naquele local. Se eu quiser pesquisar flora, eu consigo fazer isso, faço um jardim botânico. Com o político não adianta eu trancá-lo, trancafiá-lo dentro do ambiente. Para fins de saneamento público seria bastante interessante, mas para pesquisa, não. Para pesquisa, o que é o objeto do cientista político e, na verdade, o método de trabalho do político é a comunicação. Então quando ele ganha legitimidade, quando ele passa a ser reconhecido publicamente, isso gera um estalo nele, um insight que o leva a pensar que esse reconhecimento público poderia levá-lo a ser um político, a ser um agente político, que ele não é ainda enquanto comunicador. Eu digo um agente político profissional, que vai seguir o caminho profissional. Então a comunicação é, sem dúvida nenhuma, uma das grandes estratégias do político. Ele não tem como fugir. Quem quer começar na política precisa ter uma causa, isso é fundamental que você tenha uma causa para ser defendida, e que você faça uso dos meios de comunicação, sejam eles os mais tradicionais ou os mais novos modelos de comunicação, porque é o único caminho que você tem, você não tem outro caminho, ainda

mais na política que a gente fala de uma política de massa, quando você tem que atingir uma grande quantidade de pessoas.

**00:02:47 - Luiz:** No passado, você subia no caixote e fazia um discurso, você atingia o seu objetivo, agora não mais. Agora você precisa desses meios de comunicação, sem o meio ele jamais vai conseguir atingir o objetivo dele, mas é por isso então que ele é levado.

**00:03:02 - Kléber:** Em que medida a presença de comunicadores em posições de destaque na mídia pode influenciar a cobertura política e também a formação de opinião pública?

**00:03:14 - Luiz:** A medida é enorme, porque o comunicador tem a função retórica, a função de conversar com o público, e aí é que tem um risco muito grande, porque o comunicador vai fazer a descrição dos fatos. Se ele, na verdade, não conseguir ser honesto na descrição dos fatos, ele pode estar influenciando para um lado ou para o outro. Eu não estou dizendo que o comunicador não tem um lado, não existe isso de neutralidade axiológica, esse palavirão neutralidade de valores, todos nós temos valores, mas quando você se comunica, ou quando eu faço uma análise política, nós temos que manter a honestidade, como faz, por exemplo, quem faz análise descritiva de um corpo, a bala entrou por determinado local, saiu por... Essa descrição tem que ser garantida, e tanto o jornalista quanto o cientista político, diferentemente do político, ele tem que ser honesto, ele tem que se auto policiar profundamente para entender se ele está fazendo uma descrição real ou se ele está colocando os valores dele nesse julgamento, nesta análise. Então, muitas vezes o jornalista acaba pecando por não conseguir fazer essa distinção básica, parece básica, mas ela não é tão fácil de ser feita assim, não.

**00:04:49 - Kléber:** Para esse segundo bloco, Luiz, de que maneira a mídia tradicional, como jornais e televisão, o rádio também pode ser considerado, ainda influencia a política comparado aos novos meios de comunicação digital?

**00:05:06 - Luiz:** Excelente, porque você tem, na verdade, públicos distintos. Na última eleição, a gente fazia análise de pesquisas nacionais, e a gente percebia que o candidato Luiz Inácio Lula da Silva, ele conseguia atingir a comunicação por meio dos canais tradicionais, então ele atingia das classes D e E, porque há lugares remotos que você não tem internet, há lugares remotos que o seu celular... é caro para você pagar um celular com Wi-Fi. Então você tinha...



**00:05:40 - Kléber:** Um plano, né?

**00:05:41 - Luiz:** Um plano, exatamente. Então você tinha essa distinção. Enquanto o candidato Jair Bolsonaro, ele conseguia atingir as classes A, B, C por conta do uso do celular, então as redes sociais eram campo fértil para o Bolsonaro, e a mídia tradicional era um campo fértil para o Lula. Então o político, ele tem que ter a frieza de analisar e saber usar os dois campos, eles não são excludentes. Em comunicação de massa, você tem que saber usar todos os meios.

**00:06:09 - Kléber:** E quais são esses riscos e desafios associados ao uso estratégico dos meios de comunicação por políticos e comunicadores para expandir suas influências?

**00:06:19 - Luiz:** Os riscos são você simplesmente colocar a sua ética de convicção na comunicação fazendo o juízo de valor de acordo com o seu determinado espectro político, né? O ouvinte, ele não tem esse discernimento, ele passa a tomar a tua fala como algo verdadeiro, como algo verídico. Agora, o ouvinte em geral também tem que ser minimamente esperto para fazer o discernimento do que é um discurso de agente, do que é a descrição da realidade, né? Sempre quando o ouvinte, e isso serve para todos que estão nos ouvindo, ouvir um político discursando, ele tem que entender que ali é um discurso de agente. Pode ter uma descrição da realidade no meio, mas está sempre misturado com o discurso de agente. O agente político, ele faz uso da retórica, a retórica não visa o esclarecimento, a retórica visa vencer o debate ou atingir o objetivo que você quis. Depois que você atingiu o seu objetivo, você nem insiste mais em continuar dialogando, diferentemente do exercício do cientista, que é o exercício dialético.

**00:07:27 - Luiz:** Ele não para, ele continua investigando. Então, o objetivo do político é vencer, e se ele usa o meio de comunicação, ele quer usar o meio de comunicação exatamente com a finalidade de vencer. Isso é legítimo, precisa saber que isso é legítimo, é só saber fazer o discernimento. A maior parte da população não consegue fazer esse discernimento, infelizmente.

**00:07:44 - Kléber:** Luiz, pode acontecer muito da dona Maria, por exemplo, querer votar no candidato, no comunicador X, por ele ser candidato? Eu vou votar no comunicador, no

candidato, porque ele é comunicador, então se ele é da televisão, ele vai fazer coisa boa. Isso pode acontecer?

**00:08:03 - Luiz:** Totalmente. O voto e a subjetividade do voto é uma coisa completíssima, é difícil da gente entender, por isso que a gente trabalha...

**00:08:10 - Kléber:** Se ele é da TV, ele vai me ajudar.

**00:08:12 - Luiz:** Exato. Seu raciocínio está corretíssimo. Quando nós fazemos pesquisas, a gente mergulha em pesquisas qualitativas, pesquisas qualitativas demonstram isso. Aí eu voto nele porque ele é bonito, porque ele é conhecido, porque ele é simpático, porque ele está sempre naquele horário do rádio que eu estou passando a minha roupa, que eu estou lavando a minha louça.

**00:08:32 - Kléber:** Às vezes pode acontecer de nem saber da proposta do candidato.

**00:08:36 - Luiz:** Posso ser honesto com você?

**00:08:38 - Kléber:** Por favor.

**00:08:39 - Luiz:** 90% das pessoas não votam em propostas e 99,9% dos políticos têm mais de uma proposta. Eu tenho 10 candidatos, eu tenho 20 propostas. Proposta é uma estratégia de comunicação. A realização disso, a factualização disso é completamente diferente e muito mais difícil. Então é outra coisa que o ouvinte também tem que ter discernimento. Por quê? Porque tem que entender que aquilo é um discurso de convencimento.

**00:09:06 - Kléber:** E como que a ética e a transparência são tratadas nesse contexto, especialmente quando comunicadores e políticos têm interesses financeiros ou pessoais em jogo?

**00:09:16 - Luiz:** Você tem que ter um grande analista político, um grande cientista político, o Max Weber. Teve uma maravilhosa palestra em 1919, um ano antes de falecer, chamada A Política como Vocação. E o Weber distingue duas éticas, a ética de convicção, que é o que deve levar um político a se tornar um agente político, levar qualquer cidadão comunicador a

se tornar um agente político. Ou seja, você tem que ter uma causa, seja o seu bairro, seja a família, seja o sindicato, seja a esquerda, seja a direita, isso é a ética da convicção. Mas quando o político assume o cargo, ele tem que deixar a ética de convicção e assumir uma ética de responsabilidade. O que é uma ética de responsabilidade? É uma ética que leva você a entender que você está governando para todos, não somente para aqueles que te elegendo, e que vai te levar a entender os limites da sua ação, até onde eu posso ir, quais são os limites daquilo que eu posso fazer.

**00:10:16 - Luiz:** E como é ética, isso não é escrito, porque senão seria uma regra de conduta. Então é o discernimento, é a reta razão do agente naquele momento, qual a decisão correta a ser tomada. Isso é muito difícil de ser feito, e esse discernimento é muito difícil de ser feito. Você pega os dois últimos presidentes, eles não conseguem fazer essa divisão, eles agem a partir de ética de convicção, eles não entendem o que seria uma ética de responsabilidade. Ou seja, eles falam para os seus, eles não falam para todos.

**00:10:55 - Kléber:** Estamos iniciando agora o terceiro bloco. Há evidências, Luiz, de que a influência de comunicadores sobre a política pode levar a uma maior polarização ou desinformação, e como isso pode ser mitigado.

**00:11:07 - Luiz:** Olha, não, a comunicação está na política muito antes dessa polarização brasileira. E vamos falar a verdade, a polarização só foi substituída, se tornou um pouco mais aguerrida. Para quem lembra muito bem, essa polarização já se dava entre PT e PSDB no Brasil, o petista odiava o PSDB e vice-versa. Na verdade, o bolsonarismo veio e roubou a posição do PSDB, que hoje é um partido em frangalhos, tentando se reconstruir, um partido cheio de oligarcas, quatro oligarcas ali, oligarquias dentro do partido. Não acredito que a comunicação venha... Na verdade, você tem um campo de disputa, que é ou a comunicação tradicional, da velha mídia, ou a comunicação moderna, das redes sociais.

**00:11:58 - Kléber:** Que está muito forte, né?

**00:11:59 - Luiz:** Isso é um campo de batalha, mas eu posso te dizer, na década de 90, 95 é quando você tem o surgimento da rede mundial de computadores, em 2007 você tem o surgimento das redes sociais, quem criava as estratégias de comunicação para dominar as redes sociais eram partidos trabalhadores, eles deram um pontapé nisso. A direita foi lá e se

aproveitou e usou exatamente de uma ferramenta, ela é uma ferramenta, ela é um meio, é um meio de disputa de todos os lados.

**00:12:33 - Kléber:** Estamos caminhando agora para a reta final do nosso programa e a pergunta final que eu te faço, Luiz, como que a transição de comunicadores para a política influencia a relação entre mídia e política e quais são as possíveis consequências para a independência da imprensa e a formação da opinião pública?

**00:12:52 - Luiz:** Então, há órgãos de imprensa que são sérios em relação a isso, se você se candidata, você comunica, na verdade, anteriormente, você tem um tempo de descompatibilização, você se retira daquele cargo porque você não usa esse meio como influência, há outros que não são tão éticos assim, você deixa até o último momento que a pessoa esteja fazendo uso exatamente do rádio, da TV, das próprias redes sociais. Isso varia de instituição para instituição, mas é preciso saber, sim, que... e outra coisa que a gente precisa dizer, o fato de você ser conhecido, isso não garante que você será...

**00:13:33 - Kléber:** Que você seja eleito, né?

**00:13:34 - Luiz:** O voto é mais complexo do que ser conhecido, conhecido é o primeiro passo, você precisa ser conhecido e uma estratégia de comunicação, ela começa, no mínimo, quatro anos antes da eleição, no mínimo, agora, se tornar conhecido é uma coisa, fazer com que a pessoa vote em você é outra, o que ela vai ter que ver em você? Ela vai ter que ver em você, não porque você é bonito, porque você é elegante, ela vai ter que ver em você a solução do problema dela, ou pode ser agradá-la de alguma forma ou atendê-la de alguma forma, é isso que faz o voto, muita gente que ingressa na política acha que por ser conhecido será votado, não, isso não é garantido de forma alguma.

**00:14:15 - Kléber:** Luiz, chegamos ao final de mais um programa, muito obrigado pela sua participação, viu?

**00:14:19 - Luiz:** Eu que agradeço a disposição.

**00:14:21 - Kléber:** Esse foi mais um episódio do podcast Entrelaçados, muito obrigado e até a próxima.

## APÊNDICE T - Decupagem Danilo Scochi - 4º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:17 - Kléber:** Olá, sejam todos bem-vindos ao podcast Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No episódio de hoje, eu recebo Danilo Scochi. Desde 2007, Danilo atuou como editor de texto e apresentador na EPTV Ribeirão Preto, onde consolidou sua carreira. Sua jornada começou no rádio, passando pelas Rádios 79, Clube, Globo e CBN. O comunicador também desempenhou o papel de repórter no extinto Clube Verdade e trabalhou nas sedes da Record TV em Ribeirão Preto e Franca. Além de suas funções jornalísticas, acumulou experiência em apresentação de eventos e cerimoniais, bem como na gravação de vídeos, aulas e eventos online. Seja bem-vindo, Danilo.

**00:01:02 - Danilo:** Muito obrigado, Kleber. Muito obrigado a todos que estão acompanhando o nosso podcast e agora me aventurando também como candidato na política, nessa mudança de chave que eu fiz com alguns propósitos pessoais para a nossa cidade, de sair do lado de lá da bancada como apresentador e estar do lado de cá como candidato a vereador. Obrigado pelo seu convite, paciência e vamos conversar, vamos bater papo.

**00:01:25 - Kléber:** Eu que agradeço. Danilo, para a gente iniciar aqui o nosso bate-papo, você acredita que a sua experiência como comunicador em televisão e pelos canais de comunicação que você teve a oportunidade de passar teve alguma influência na sua vida política agora que você está iniciando? Você acredita que isso possa te influenciar?

**00:01:45 - Danilo:** Eu acho que sim, muito na verdade, porque o jornalismo, a prestação de serviço em rádio, televisão, essa ajuda que a gente propõe a fazer para a comunidade em geral, visando o bem-estar em geral, isso caminha muito lado a lado com o que se faz na política ou o que se deveria fazer na política, que é a prestação de serviço, resolver problema, fiscalizar, cobrar um poder público. Então, desde lá atrás, eu tenho 21 anos de jornalismo já, foram quase 17 na EPTV, que claro, foi o mais notório por conta da exposição que tive com apresentação por 16 anos, mas desde lá então, de 2003, eu já trabalho com jornalismo, começando com rádio, que tinha um papel muito importante de prestação de serviço para a comunidade, de denunciar problema e a partir disso você busca resoluções ou soluções para aquelas situações todas. Então, a partir daquele momento, você começa a ter essa ideia e essa

prática de que um microfone tem o poder de resolver as coisas. A gente fala que é um poder para você cutucar as autoridades e mostrar aquilo que está escondido. E aí, isso anda muito lado a lado com política, por exemplo, a função de um vereador que é a fiscalização, a cobrança do poder executivo e esses papéis andam, como eles andam muito paralelos, muito próximos, em um determinado momento a gente acha que a gente pode ir para a política também, pelo conhecimento que nós temos de cidade, aqui não é pouco.

**00:03:11 - Kléber:** Então, você acredita que a visibilidade obtida na mídia, ela possa ser um trampolim legítimo para uma carreira política e por quê?

**00:03:18 - Danilo:** Eu acredito que sim, embora algumas pessoas não gostem disso e Ribeirão Preto tem uma certa característica de quem estava em rádio ou até repórter de TV e tudo mais, de pular para o lado político, mas eu acho que é legítimo sim, porque eu, por exemplo, fiz uma carreira com rádio e TV e agora estou tentando uma carreira com política, que é um desafio completamente diferente. Eu acho que o que conta nessa hora não é só a questão de legitimidade ou de estar certo ou estar errado, mas o desafio que você se propõe e aquilo que você pode trazer de resultado para uma cidade. Então, se com o jornalismo, na televisão, por exemplo, a visibilidade que eu tive, que lógico, foi maior do que no rádio lá atrás, até porque eu fiquei 17 anos, 16 anos e 10 meses entrando na casa todo dia, então as pessoas se acostumaram comigo à noite. Embora a TV aberta tenha perdido um pouco de força, e eu quero crer que as pessoas vão entender o que eu estou falando, ela perde força, mas ela continua gigante, mas perde um pouco de força porque vem rede social, tem internet, tem outros meios de comunicação que você consegue acessar e aí a televisão tem essa concorrência, mas enfim, ainda continua sendo um canhão, uma fonte de informação muito importante e um poder muito grande de agregar e chegar até as pessoas. Eu acho legítimo.

**00:04:47 - Kléber:** Para esse segundo bloco, Danilo, existe um limite entre o papel do comunicador e do político? Como manter uma prática ética nos dois campos? Como você pode colocar essa prática pensando já como político?

**00:05:02 - Danilo:** Eu acho que naturalmente as coisas se misturam. Quando você tem um cargo político, um cargo público político e quando você trabalha com jornalismo num meio de comunicação, numa apresentação ou numa reportagem, enfim, eu acho muito difícil separar, porque o jornalismo propõe imparcialidade, que nós sejamos imparciais, que nós tratemos a

notícia com a maior imparcialidade e ouçamos a maior parte de pessoas envolvidas, então esse é um norte do jornalismo que nós temos. Nós sabemos que nós não somos imparciais 100%, ninguém é, ninguém nasceu jornalista, as pessoas escolhem ao longo da vida e até você escolher ser jornalista, você já teve uma cultura que você criou, um jeito que você aprendeu com os seus pais, uma religião que eles te ensinaram ou não, um time que você torce ou não, enfim, você já criou e quando você vai para um papel de jornalista numa apresentação de jornal ou numa reportagem, você tem esses valores com você, você tem que deixar muito de lado para tentar trazer o máximo de imparcialidade possível e quando você tem uma política agregada a isso, então você vai ter que também tentar ao máximo tirar a sua raiz política para tentar fazer esse trabalho de imparcialidade, o que eu acho muito difícil, porque quando você está na política, você abraça uma camisa muito forte, você agarra uma causa muito forte, você está num partido, você tem um caminho que o partido faz, um lado ou outro que ele escolhe, esquerda, direita, centro, enfim, então eu acho muito difícil você conseguir separar essas coisas.

**00:06:42 - Kléber:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética dentro da política?

**00:06:51 - Danilo:** Eu acho que a comunicação, eu sempre trabalho com início, meio e fim na comunicação, que hoje gentilmente inventaram o nome de storytelling, que é você criar a história toda ali e você faz toda essa amarração de começo, meio e fim. Eu acho que para a política também é isso, você consegue, depende muito do norte que você quer ter, depende muito da sua intenção, se você faz uso do meio de comunicação para a política, você vai dar esse norte voltado para a política, você vai ter essa tendência voltada para a política. Se você faz uso do meio de comunicação sem ser político, você provavelmente não vai ter esse norte voltado para a política. Então, eticamente eu acho que é muito difícil você conseguir separar, quando você é um prefeito, um vereador, um deputado, um senador, enfim, uma pessoa que tenha um cargo público, que ela consiga trabalhar no meio de comunicação e se isentar das coisas, eu acho muito difícil.

**00:07:55 - Danilo:** Até porque eu acho, por outro lado da ética, a pessoa que está envolvida nisso, ela tem que ser muito clara também, hoje eu sou um político, eu sou um vereador, por tal partido e a partir disso você fazer a sua estratégia de comunicação, porque você tem nessa bagagem, não tem como você correr dessa bagagem. Eu acho muito ruim e muito injusto até a

peessoa querer disfarçar essa bagagem ou esse partidarismo ou essa questão política para falar, poxa, eu sou o cara da comunicação isento, eu sou o cara da comunicação que faço sem parcialidade. É mentira, é pior, já começa daí a parcialidade dele. Então, não é fácil, eu acho que eticamente, inclusive, é muito difícil você conseguir ter um trabalho muito imparcial ou tentar chegar ao máximo de imparcialidade, se você está amarrado com uma política, eu acho muito difícil.

**00:08:48 - Kléber:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou sua visibilidade para fins políticos e como você avalia essa situação?

**00:08:58 - Danilo:** Olha, eu já vi situação de apresentador de programa, às vezes, deixar de dar uma notícia de determinada prefeitura, esperando pagamento de prefeito, por exemplo, acontecia. Hoje, talvez aconteça, até de forma oficial, às vezes, isso pode acontecer hoje e as pessoas, quem não entende de estar de fora, às vezes, não vão nem perceber isso, você dá uma notícia de uma cidade, de algum problema da cidade, mas, às vezes, você ameniza essa notícia ou essa informação, porque, às vezes, o dono da empresa é amigo do prefeito. E tem gente que consegue capitalizar muito bem isso, apresentador ou repórter, fazendo com a intenção de política, eu já vi, já presenciei, já vi muita gente que cresceu com o meio de comunicação visando política, que é sempre uma segunda intenção, muito cruel, eu acho, eu volto a dizer o que eu falava antes, que eu acho que essa é a parte ética que não pode, ou é a falha ética que não pode existir, mas é muito difícil você conseguir conciliar essa política com essa isenção jornalística e muitos apresentadores que cresceram em cima disso, gente que falava mal de alguma prefeitura, mas estava recebendo dinheiro por trás da prefeitura, talvez não por quem estava à frente da prefeitura, mas por quem estava de oposição, então, aquela quantidade de notícia é comprada e a pessoa fazendo política em cima disso, crescendo em cima disso.

**00:10:37 - Kléber:** Estamos iniciando o terceiro bloco e eu gostaria de te perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos? Como exemplo, você que está iniciando agora nessa área.

**00:10:51 - Danilo:** O primeiro, acho que é um pouco de rejeição das pessoas, mas essa rejeição eu trato como falta de conhecimento político, hoje nós temos muitos doutores em política que não sabem o que é política, infelizmente, então o primeiro passo que me assustou muito foi justamente isso, poxa, mas você vai encarar uma política, você está ficando louco de



entrar para política, por que você vai fazer essa maluquice, estava sossegado no jornal lá, você é um cara que a gente gosta.

**00:11:14 - Kléber:** No ar-condicionado, tranquilo, né?

**00:11:17 - Danilo:** A pessoa fala assim, você é um cara que a gente gosta, mas você vai deixar de gostar de mim por causa disso? Então isso me assustou um pouco, essa é uma rejeição, mas essa é a opinião que as pessoas falam, mas eu acho, por outro lado, muito interessante porque é muito sincero isso que as pessoas falam.

**00:11:33 - Kléber:** Entrando agora na pergunta final, qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia, a grande ética que foi discutida durante esse programa?

**00:11:45 - Danilo:** Eu acho que você não constrói carisma do dia para a noite, você não é ético do dia para a noite, ou você é ou não é, você não faz uma carreira sólida se você não tiver trabalhado bem com sinceridade, honestidade e entrega total do seu produto final. Então, se vem um comunicador e fala para mim hoje assim, eu quero partir para a política, primeira coisa que eu falaria para ele, você se sente bem com política? Você gosta de pessoas? Então é você entender primeiro que você não vai virar a chavinha da apresentação ou da comunicação para a política simplesmente por sua vontade. Primeiro que depende da vontade do povo e você só vai ter a vontade do povo concretizada se você fez um bom trabalho como comunicador, se você se entregou realmente, se você passou a sua confiança para essas pessoas. Eu tenho recebido muito, é engraçado, as pessoas falam, poxa, estou com saudade de você na TV, eu fico, pô, desculpa, mas ainda bem que você entrou para a política também. O que eu falei antes que tem gente que rejeita, tem gente que fala, ainda bem que você entrou porque nós precisamos de gente como você, você é um cara íntegro, você é um cara honesto, você é um cara sincero, nós vemos isso no seu olhar, no seu jeito de falar, na sua comunicação.

**00:13:04 - Danilo:** E aqui nós estamos falando de tentar cargos, no caso legislativo, como eu estou tentando (13:09) para vereador nesse momento, e não estou colocando aqui uma situação de você partir para uma assessoria política também, por exemplo, que é um mercado grande que você tem para trabalhar, mas em todo ele, ou de bastidor, ou você aparecendo em

um cargo mesmo, eleito em algum cargo, você precisa ter características assim, acima de tudo gostar de você e do próximo, se colocar no lugar do próximo. Se você não gosta de você, já pode correr fora, mas primeiro para entender a dor do outro e você se colocar na dor do outro, e a partir disso tentar buscar soluções para a pessoa, no particular, e que sejam efetivas também para o geral, para a sociedade inteira. E aí as coisas vão caminhando e andando, enfim.

**00:13:53 - Kléber:** Danilo, muito obrigado pela sua participação, quero agradecer imensamente pelo tempo tirado para conversar um pouquinho aqui com a gente, viu?

**00:13:59 - Danilo:** Eu que agradeço, Kleber Fernandes, você é Kleber Fernandees, né? E Kleber com K, gostei, obrigado.

**00:14:07 Kléber:** Diferenciado, né?

**00:14:09 - Danilo:** Diferenciado. Já começa estrela, já é bom, é desse jeito. Eu agradeço a oportunidade de poder falar, porque não é fácil essa transição. A decisão de mudança exige muita cautela, muito cuidado, muito estudo de você mesmo para saber se você vai aguentar o baque e quem sabe numa próxima conversaremos já eleito aqui.

**00:14:29 - Kléber:** Esse foi mais um episódio do podcast Entrelaçados. Muito obrigado e até a próxima.

## APÊNDICE U - Decupagem Rodrigo Leone - 5º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:17 - Kléber:** Olá, sejam todos bem-vindos ao Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No episódio de hoje, eu recebo Rodrigo Leone. Rodrigo foi convidado porque juntos vamos fazer uma análise das estratégias usadas pelos comunicadores. Seja bem-vindo, Rodrigo.

**00:00:32 - Rodrigo:** Valeu, Kléber, obrigado. Só tenho a agradecer por estar aqui com você.

**00:00:36 - Kléber:** Para iniciar o nosso bate-papo, eu te começo a fazer a primeira pergunta. Quais são os principais fatores que motivam comunicadores a fazer a transição para a política? E como esses fatores influenciam suas campanhas e estratégias?

**00:00:50 - Rodrigo:** Eu acho que acaba sendo uma transição natural, porque o comunicador que está em contato direto com a população, que lida com os problemas da população, ele acaba enxergando a sociedade de uma forma um pouco diferente. Porque você percebe onde está a necessidade da população e onde está a falha do político. E é nessa janela que o comunicador acaba, de alguma forma, atuando para que seja resolvido. É comum você ver hoje, existe um jornalismo espetaculoso, que eu digo que é uma política fantasiada de jornalismo. Que é o que a gente encontra em algumas emissoras de rádio com políticos popularescos. Não tem demérito nenhum você ter uma linguagem popular, um programa popular. Agora o popularesco, aquele que baixa mesmo, que joga fora conceitos sociais, que utiliza esses conceitos sociais para se promover de alguma forma, esse é o tipo de jornalismo que tem que deixar de existir. Que eu chamo é o jornalismo de opinião. Aquele que apresenta o fato social como uma notícia, mas na verdade a gente sabe o que está escondido naquilo ali. Porque a gente tem que pontuar isso. Existem problemas dentro da sociedade que os políticos não querem e não trabalham para resolver. Porque eles perdem o apelo deles. Então o comunicador acaba se sentindo desafiado nessa história e acaba entrando para a política. Não sei se de uma forma sadia, a gente tem que realmente pescar um a um. Tem que pinçar esses comunicadores e ver qual é o comportamento, como eles entraram e o que eles estão fazendo.

**00:02:37 - Kléber:** Em que medida a presença de comunicadores em posições de destaque na mídia, pode influenciar a cobertura política e a formação da opinião pública?

**00:02:49 - Rodrigo:** Não há como negar que essa, eu vou chamar de interferência, que essa interferência aconteça. Porque o destaque, ele acaba, justamente essa fama acaba dando para ele uma posição perante parte da sociedade de que ele pode resolver problemas. Ele falou, resolveu. Mas na verdade não é porque o comunicador falou, é porque o fato foi exposto. Então a exposição do fato acaba tornando aquele fato algo necessário de ser resolvido. Quando a população perceber que ela pode fazer isso por ela, ela deixa de ter esses heróis, essas pessoas que interferem na vida social. Então essa grandiosidade do comunicador, quando ela é jogada para esse nicho político, para esse segmento que é o segmento que manipula o sentimento da população, ele é muito ruim, ele é muito negativo. Existem comunicadores que saíram do rádio para ir para a vida pública e fizeram algo muito bom, como o Welson Gasparini, que foi prefeito várias vezes da cidade e gostem ou não dele, ele teve um papel extremamente importante na construção da história de Ribeirão Preto. De lá para cá é bem complicado, você já não tem mais um representante que venha e faça isso.

**00:04:28 - Kléber:** Para esse segundo bloco, Rodrigo, de que maneira a mídia tradicional, como jornais e televisão, ainda influencia a política comparada aos novos meios de comunicação digital?

**00:04:38 - Rodrigo:** Eu acho que a mídia tradicional perdeu condições de fazer essa influência, ainda tem? Tem, mas as redes sociais ganharam muita força. Então é muito mais fácil hoje você acessar o conteúdo, tanto para o lado da crítica, que é o lado jornalístico e da população, quanto do próprio político. Quantos de vocês hoje param falando, vai começar o jornal, vou assistir? Eu tenho 55 anos, quando eu tinha 15, a família parava para assistir o Jornal Nacional. Hoje eu acho que é uma situação que não deve mais acontecer. O Youtube hoje é muito potente nesse sentido, porque você tem algumas emissoras de TV mundiais que estão ali abertas, no Brasil a CNN, você acessa ela de uma forma melhor, diferente, por exemplo, da Globo News. Você tem que ser um assinante para poder acessar aquele conteúdo. Se fosse só os veículos tradicionais, quando que isso daqui iria acontecer? Nunca, então a gente já percebe que um nicho que quer ter acesso a essa informação, ele já está dedicado a esse canal e acessando o conteúdo. Então a gente já consegue estabelecer, mesmo que por um

recorte particular, que o serviço de internet, a colocação do conteúdo pela web, tem muito mais influência dentro da sociedade do que a mídia tradicional.

**00:06:12 - Kléber:** Quais são os riscos e desafios associados ao uso estratégico dos meios de comunicação por políticos e comunicadores para expandir essas influências?

**00:06:20 - Rodrigo:** É risco total, risco de destruição social, porque você passa a utilizar a força daquele veículo, seja ele um tradicional ou um view web, para fundamentar a sua opinião. De alguma forma, a gente tem que estabelecer um paralelo, vamos pôr um paralelo comparativo, mesmo que de posições muito distantes uma da outra, mas é um fundamentalismo opinativo. Então você tem, você cria correntes a partir da utilização, da manipulação da comunicação para atingir objetivos, que é a negativa, é a anti comunicação isso. Quando você tem a mídia utilizando a comunicação para disseminar opiniões, para conduzir comportamentos, você tem a anti comunicação, porque, a partir dali, você já não está mais dando opção de quem está tendo acesso a essa informação, de ter a sua própria opinião. Não tenho pudor nenhum em dizer que utilizar a comunicação como forma de manipular a opinião pública beira o crime.

**00:07:31 - Kléber:** Como a ética e a transparência são tratadas nesse contexto, especialmente quando comunicadores e políticos têm interesses financeiros ou pessoais em jogo?

**00:07:40 - Rodrigo:** Então vamos colocar que o objetivo financeiro sempre vai existir, ele é a premissa. Então o jornalista não faz por dedicação exclusiva, por doação à sociedade. Isso é uma atividade profissional que tem como fim ganhar dinheiro para sobreviver, não só para sobreviver, mas para atingir os seus objetivos de vida. Tranquilo. Agora, você fazer o uso desta máquina para aí sim atingir resultados financeiros, como a gente vê muito comunicador passando a ter uma atuação como coach, como vou te ensinar a fazer isso, vou conduzir você dentro de alguma coisa que seja mais fácil, um caminho mais fácil para que você consiga ter sucesso, essa teoria da prosperidade que também migrou para a área da comunicação, através dos coaches que você vê que eles têm um profundo desprezo pelo jornalismo. Eles se sobrepõem, não, jornalismo, dá notícia, qualquer um dá. Essa é a situação, é a fala mais comum que existe entre eles. Então eu vejo que existe uma, todo esse contexto que você está colocando, ele tem pontos críticos, críticos que eu digo não são opinativos não, são críticos mesmo, pontos de rachadura da comunicação que se traduzem hoje no desprezo que a

sociedade tem pelo jornalismo. Esse é o resultado dessa pergunta que você me traz. Então a utilização da comunicação com finalidades, escusas, que seria obter dinheiro a qualquer custo, eu acredito que esteja subentendido nisso, porque ultrapassa a utilização da profissão como forma de ser remunerado.

**00:09:43 - Kléber:** Estamos iniciando agora o terceiro bloco e para continuar nosso bate-papo, Rodrigo, há evidências de que a influência de comunicadores sobre a política pode levar a uma maior polarização ou desinformação e como isso pode ser mitigado?

**00:09:56 - Rodrigo:** Olha, isso daí vai para os dois lados, a polarização já é uma desinformação, porque ela estabelece pontos aos quais não podem ser questionados. Então não há comunicação, há aí um ditame de regras, isso não é uma comunicação. A comunicação requer emissão, assimilação e retorno, você se comunica dessa forma. Senão você está simplesmente jogando uma determinada informação. O exercício do jornalismo tem que ser naturalmente um espelho da sociedade, por isso que nós temos hoje pautas sociais que não eram tangíveis há 15, 20 anos atrás e que estão à frente da comunicação. Nós temos hoje a pauta preta, nós temos a LGBTQIA+, nós temos a pauta da maconha. Quando que no mundo, eu tenho 55 anos, que nos meus 30 anos eu iria ver a marcha da maconha? Então não tem nada de errado, muito pelo contrário, a expressão popular tem que ser acolhida. Se aquilo ali gera um comportamento que a sociedade não aceita, é outra história. Então a gente não pode confundir comunicação com acolhimento social. Ela existe justamente para que a sociedade entenda aquilo que está sendo colocado.

**00:11:26 - Kléber:** Estamos entrando agora na reta final do nosso podcast e a pergunta final é como a transição de comunicadores para política influencia a relação entre mídia e política e quais são as possíveis consequências para a independência da imprensa e a formação da opinião pública?

**00:11:43 - Rodrigo:** Eu acho que não dá para a gente desassociar essa transição. Ela é benéfica para a sociedade porque, de alguma forma, você atende a uma solicitação da população porque ele só vai ser eleito se a população falar sim. Exato, ele não vai... Não, eu sou comunicador, estou eleito. Não, ele vai passar pelo crivo. Agora, o que causa preocupação é a forma como ele conduz esse crivo, como ele vai conduzir essas pessoas. Aí sim, isso a gente tem que ver com extrema preocupação porque rompe os limites da comunicação, rompe

os limites da democracia. Utilizar o seu privilégio para manipular ou para conduzir pessoas em uma determinada direção e a gente tem que estabelecer esse ponto de visão que o comunicador é um privilegiado porque ele tem sempre alguém que o ouve e assimila aquilo, inclusive o hater. Então, a forma como o comunicador utiliza o privilégio dele é que deve ser questionado, que deve ser analisado. Não vejo problema nenhum no comunicador ir para a política de uma forma legítima, conquistar aquele universo que vai votar nele de forma legítima, democrática e está tudo bem.

**00:13:08 - Rodrigo:** Agora, quando a gente percebe que isso ultrapassa os limites, conduzindo a informação, conduzindo a verdade, a partir do momento em que o comunicador utiliza esse universo para se abastecer, para utilizar a sociedade em seu benefício, nós temos um grande problema, o risco social é muito grande e não tem como eu te definir um risco, porque são vários. Depende muito de como ele aborda, de como ele conduz, de que tipo de pensamento ele forma, que tipo de reação aquela sociedade, aquela população vai ter. A gente não pode negar que está em uma sociedade extremamente reativa, extremamente violenta, intolerante e isso se agravou de alguns anos para cá. Então, esse comunicador tem que, para que ele seja um legítimo comunicador, assim como um legítimo político, ter dentro dele o sentido democrático de utilizar a comunicação como ela é, respeitando como as pessoas são.

**00:14:15 - Kléber:** Rodrigo, infelizmente o nosso tempo é curto, estamos encerrando mais um podcast. Muito obrigado pela sua participação, viu?

**00:14:21 - Rodrigo:** Cara, eu que agradeço, é sempre bom conversar e falar de política, de comunicação.

**00:14:26 - Kléber:** Muito obrigado mais uma vez e antes de encerrarmos, aproveite para nos seguir nas redes sociais no nosso Instagram é arroba entrelaçados podcast. E esse foi mais um episódio do podcast Entrelaçados. Muito obrigado e até a próxima!

## APÊNDICE V - Decupagem Igor Oliveira - 6º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:17 - Kléber:** Olá, sejam todos bem-vindos ao podcast Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No episódio de hoje, eu recebo Igor Oliveira, apresentador de rádio e TV. Igor é casado e pai da Maria e do José. Igor foi o vereador mais votado pela segunda vez consecutiva, em 2016 e 2020. Além disso, Igor é filho de Léo Oliveira, também conhecido por seu trabalho como comunicador. Seja bem-vindo, Igor.

**00:00:44 - Igor:** Obrigado, Kleber. Obrigado a todos que acompanham a nossa entrevista. Obrigado pela oportunidade de poder falar com vocês. É sempre muito bom contar um pouquinho da nossa história aqui. Feliz pelo convite.

**00:00:56 - Kléber:** Igor, para começar o nosso bate-papo, eu começo te perguntando. Você acredita que a sua experiência como radialista teve influência na sua vida política?

**00:01:07 - Igor:** Ô Kleber, eu vou te dizer que eu sempre segui muitos passos do meu pai, sabe? Muito pequenininho, desde os meus seis, sete anos, eu tinha certeza que eu queria ser igual ao meu pai. Em tudo que ele fazia, eu me espelhava. E foi assim quando eu comecei, quando ele iniciava os shows. Na época, Kleber, nós tínhamos muitos circos, né? Circos que se instalavam não só em Ribeirão Preto, mas na nossa região. Mas na nossa época, era tipo um teatro-circo, sabe? Meu pai fazia as apresentações e no final eu me apresentava como cover de Sandy & Junior. Então, desde muito cedo, eu fui acompanhando a trajetória do meu pai e, conseqüentemente, nessa trajetória dele, ele acabou se candidatando como deputado. Curiosamente, meu pai começou a sua vida política se candidatando a deputado. Muitas pessoas que iniciam na política começam como vereador, ele já foi direto deputado. Teve êxito, foi eleito, graças a Deus e à população da nossa região. E eu sempre fui me espelhando nele, sabe? Então, o que eu digo de referência na minha vida é meu pai. Ele é um espelho que eu tenho como referência em todos os passos que eu sigo.

**00:02:21 - Kléber:** E você acredita que essa visibilidade obtida na mídia possa ser um trampolim legítimo para uma carreira política? Por quê?



**00:02:29 - Igor:** Veja bem, você tem a visibilidade da comunicação, seja do rádio, da televisão, que é algo muito forte. Então, a gente percebe que tem muitas pessoas que trabalham com rádio e televisão que acabam se aventurando na política. A gente tem um histórico aqui em Ribeirão Preto muito grande. Se a gente for lembrar aqui, José Wilson Toni, Antônio Carlos Morandini, são tantos os que, como a família Corauci, tantos que começaram a sua trajetória no microfone e foram para a política. E veja, agora nós temos uma situação, Kleber, que não é uma certeza que a pessoa que está na frente do microfone ou apresentando um programa de televisão, que ela acaba tendo êxito. Há uma mistura, tem que ter também uma identidade. Nós tivemos casos também de pessoas que não deram certo. Sou apresentador e vou ser candidato. Estou na rádio e vou ser candidato. E acabaram não tendo êxito. É importante também ter a convicção que a pessoa, quando ela vai escolher o seu candidato, ela é necessária que olhe a trajetória, saiba também tudo o que ele propõe a fazer. Porque não adianta a gente, ah, só porque eu falo no microfone que eu tenho que ganhar a eleição. Só porque eu apresento na TV que eu tenho que ganhar uma candidatura. Então, enfim, não é o segredo estar na televisão que vai ganhar a eleição. Imagino que há uma situação em que a pessoa tem a visibilidade por conta do instrumento chamado comunicação e que facilita com que ela saia candidato. Mas não quer garantir isso, uma eleição ganha.

**00:04:11 - Kléber:** Para esse segundo bloco, Igor, existe um limite entre o papel do comunicador e do político? E como manter uma prática ética nos dois campos?

**00:04:20 - Igor:** Olha, Kléber, a questão é a seguinte, principalmente relacionada à situação em que, em alguns casos, a gente vê que existe aquela pessoa que extrapola, que acaba sendo muito sensacionalista. E isso também faz com que o eleitor, cada dia, esteja mais atento. E ele consegue também censurar, saber quem é que está extrapolando, quem é que está... A pessoa só está fazendo isso, a pessoa consegue ter esse sentimento. Porque você sabe que o rádio, através do microfone, ele passa o sentimento, a televisão também. Aí a pessoa tem a visão do que ela está assistindo. E aí eu acredito muito que as pessoas já conseguem separar, sabe? Aquele que está trazendo com mais sensacionalismo, com mais uma maneira de querer extrapolar ou aparecer no sentido de angariar o que ele quer, de repente, nas eleições, entendeu? Mas eu acho que a população está bem atenta a tudo isso.

**00:05:20 - Kléber:** Como comunicador, Igor, quais são as estratégias que você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética dentro da política?

**00:05:28 - Igor:** Eu costumo dizer o seguinte, é importante você sempre fazer o bem, ajudar as pessoas, ser uma mão amiga, ser uma voz amiga, já que nós estamos falando de comunicador, porque a gente não pode usar esse instrumento só pensando, ah, estou aqui só porque eu vou pensar na eleição. Acho que as pessoas, elas enxergam isso, a gente tem que tratar de uma maneira muito respeitosa. Eu digo isso que eu falei do espelho que eu tenho em casa do meu pai, que tudo que a gente tem na vida, Kléber, tudo que a gente conquistou na nossa vida é graças ao microfone. Então a gente tem um respeito muito grande e por isso que eu digo sempre, de maneira alguma eu faço qualquer coisa que de repente seria algo que eu pudesse, ah, estou fazendo aqui para ter algo ali. Sempre que eu acordo, agora estou afastado por conta das eleições, mas sempre que eu acordo agradeço a Deus pela minha vida, pela minha saúde e agradeço as pessoas que gostam do nosso trabalho. E é esse respeito que eu quero continuar fazendo, entregando diariamente a todo o nosso público.

**00:06:30 - Kléber:** Durante sua carreira, Igor, você já testemunhou algum exemplo em que um comunicador utilizou essa visibilidade para fins políticos? E como você avalia essa situação?

**00:06:40 - Igor:** Eu não gosto muito de ficar criticando, principalmente pessoas que estão no mesmo segmento que eu, mas eu acredito que tem pessoas que acabam sim, de certa forma, abusando ou de alguma maneira extrapolando, mas eu acredito que muitos dos profissionais que eu tenho mais proximidade, eu acredito que trata esse, vamos dizer, instrumento de trabalho que é o microfone de uma maneira muito séria. E é assim que tem que ser feito, é assim que tem que ser, porque eu imagino que, eu vou dizer uma coisa, Kléber, eu tenho visto que a gente está falando aqui de rádio, de TV, de comunicação, mas a gente tem enfrentado uma questão chamada redes sociais. E aí tem muitos que, de repente, usam o aparelho celular, nada contra, todo mundo tem o seu espaço, o sol nasceu para todo mundo, mas aí que exageram no sensacionalismo, acabam trazendo maneiras em que vão iludir a população, vão acabar enganando e acabam não entregando nada, acabam não tendo resposta nenhuma e usam o celular e a rede social como instrumento.

**00:07:46 - Igor:** E aí aquelas pessoas, poxa, gente rara, estou falando para você, estou há 40 anos, desde os 6 anos, lutando, trabalhando, e graças a Deus hoje podendo gerar empregos na área da comunicação, e aí a gente vê algumas pessoas que pegam o celular, vai em frente de

unidade de saúde e quer fazer todo um barulho. E a gente sabe que isso é o único e exclusivamente o efeito eleitoreiro. Isso até é um desafio, antes mesmo de eu me afastar. Eu quero saber se esses poucos que estão indo aí, usando essa ferramenta chamada celular e fazendo vídeos, expondo crianças, expondo pessoas da menor idade, se vão continuar fazendo isso, ou se é de fato só a véspera da eleição, só naquele momento que interessa aquela pessoa. Eu confesso para você, eu já enfrentei duas eleições, a eleição terminou no domingo, na segunda eu estava de volta no trabalho. E se Deus quiser, dia 6 eleição, dia 7 de outubro, eu vou estar de volta no rádio de manhã e na TV à tarde, agradecendo aquelas pessoas que acompanharam, que sentiram a minha falta e que estiveram comigo, e agradecendo aqueles também que torceram para mim sempre. E é isso que eu digo, a gente tem que tratar a comunicação de uma maneira séria, a comunicação com credibilidade e respeito.

**00:09:12 - Kléber:** Estamos agora iniciando o terceiro bloco e gostaria de te perguntar, na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**00:09:24 - Igor:** Desafio é a cobrança que ela é dobrada. Por quê? Imagine que a pessoa está ali, no microfone ela aponta os problemas, ela aponta uma reclamação que vem da população de WhatsApp, de telefonema, e de repente essa pessoa vira um vereador, vira um prefeito, e aí ela que será responsável por resolver a boa parte dos problemas que ela apontava.

**00:09:49 - Kléber:** Ela fica do outro lado agora, né?

**00:09:50 - Igor:** Ela fica do outro lado, e aí a responsabilidade é dobrada, ela aumenta por isso, e aí você imagina o meu desafio, que em 2016 a gente sai do estúdio, se apresenta como candidato à eleição, aí imagina uma novidade, a primeira vez, a gente ganha a eleição, o vereador mais votado. Com a graça do bom Deus, amo o que eu faço. Não é um negócio que de repente eu vou falar assim pra você, estou insatisfeito, eu sou super feliz. O ser humano não pode ser diferente de ninguém, todo mundo é igual, e é importante que as pessoas tenham gratidão, reconhecimento, e principalmente fazer o bem. Porque a gente sabe que se você plantar bem, você vai colher coisa boa. Plantou o mal, pode ter certeza que uma hora vem contra você, não tenha dúvida disso.

**00:10:37 - Kléber:** Entrando agora na reta final com a última pergunta, qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder essa credibilidade conquistada na mídia?

**00:10:45 - Igor:** Fazer um trabalho sério, a credibilidade é tudo, você não pode perder isso. E outra coisa, o carisma não se compra, Cleber. O carisma você vai conquistando a cada dia, não é um chocolate ou alguma coisa que você vai em uma loja de conveniência e compra. Não, o carisma é algo que é da pessoa, e aí tem aquela situação em que a outra pessoa que está ouvindo você, que está te assistindo, tem que gostar também. Então, é importante ter isso, é importante ter o carinho com as pessoas, e mais do que nunca, a pessoa que deseja entrar na política, pensar principalmente no tamanho da responsabilidade que é. Não deixar de fazer o trabalho, não trabalhar só de quatro em quatro anos, não achar que é só no período eleitoral, é trabalhar com frequência, é realmente esticar as mãos para as pessoas, ajudar o próximo, e principalmente, o respeito com o ser humano. Então, é o conselho que eu dou a eles, nunca desistir dos sonhos, e também, principalmente, respeitar as pessoas e fazer o bem.

**00:11:48 - Kléber:** Estamos finalizando mais um episódio, Igor, muito obrigado pela sua participação aqui no Entrelaçados, viu?

**00:11:55 - Igor:** Se você quiser que eu venha mais vezes, eu estou à disposição, agradeço a todos, um abraço à Faculdade Unaerp, a todos os alunos do curso de jornalismo, porque a gente sabe a importância que tem o jornalismo na vida do brasileiro, na vida do mundo todo, né? E a importância do rádio também, que a gente fala que é o instrumento mais confiável que tem na comunicação. Obrigado, viu, Kléber?

**00:12:19 - Kléber:** Eu que agradeço. Esse foi mais um episódio do podcast Entrelaçados. Muito obrigado e até a próxima!

## APÊNDICE W - Decupagem Cristiano Pavini - 7º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:16 - Kléber:** Olá, seja bem-vindo ao Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No episódio de hoje, recebo Cristiano Pavini, jornalista especializado em dados, que trabalha na cobertura local há 12 anos. Em 2019, fundou a Farolete, agência independente em Ribeirão Preto, voltada para reportagens de impacto, recebendo premiações de destaque. Também é coordenador de projetos na Transparência Brasil, organização não governamental que atua no combate à corrupção. Cristiano foi convidado porque juntos vamos fazer uma análise das estratégias usadas pelos comunicadores. Seja bem-vindo, Cristiano.

**00:00:58 - Cristiano:** Olá, Kleber. Olá a todos os ouvintes do Entrelaçados. Temos uma boa conversa pela frente aqui hoje.

**00:01:04 - Kléber:** E para a gente começar o nosso bate-papo, a nossa conversa, Cristiano, quais são os principais fatores que motivam comunicadores a fazerem a transição para a política e como esses fatores influenciam suas campanhas estratégicas?

**00:01:19 - Cristiano:** Bom, eu penso que há uma transição e também há uma intersecção, porque tem alguns comunicadores que continuam atuando no seu papel, e aqui eu vou trazer para o campo do jornalismo, eles continuam mesmo que depois eleitos, atuando com o jornalismo, quando os veículos em que eles atuam assim o permitem. Então, de fato, alguns transitam para a política e outros fazem uma intersecção com ela. Eu entendo que o fator principal é que por atuar com comunicação, esse profissional tem uma maior exposição junto ao público e que é um fator relevante para depois a aferição de votos. Então, por estar mais exposto, mais próximo com a comunidade, ele acaba tendo um capital político que é inerente à sua atuação e o que o leva a ter um empurrãozinho, digamos assim, para adentrar na política. E é claro que suas campanhas vão explorar a sua imagem muito mais do que a sua proposta, porque é uma imagem já conhecida.

**00:02:26 - Kléber:** Em que medida a presença de comunicadores em posições de destaque na mídia pode influenciar a cobertura política e a formação de opinião pública?

**00:02:37 - Cristiano:** Bom, acho que a gente pode separar aqui comunicadores de jornalistas. A gente tem essa categoria dos influenciadores que não deixam de ser um comunicador. E aí você tem impactos distintos dependendo dessa categoria. Então, restringindo a categoria dos jornalistas, eu vejo como todos têm direito de se candidatar a um cargo eletivo. Eu não acredito no papel isento do profissional de jornalismo. A isenção não existe. O que existe é a busca por essa isenção. Da mesma forma, não existe neutralidade no jornalismo, porque toda posição que você toma, seja uma entonação da voz, seja a escolha de uma foto, o título de uma reportagem, isso denota um posicionamento. No meu ponto de vista, não há neutralidade. Porém, o que se tem é a busca por essa objetividade e talvez a busca pela neutralidade. O que ocorre é que quando esses comunicadores em posição de destaque passam a atuar também politicamente, você tem uma clara contaminação da sua atuação, por mais que eles tentem se isentar. Então você contamina o profissional do jornalismo com o político, seja ele eleito ou na tentativa de ser eleito. Eu entendo que essa... Você me perguntou em que medida eles podem influenciar a cobertura política ou a formação da opinião pública. Eu entendo que há uma contaminação do interesse público, que é o que o jornalismo deve buscar, com o interesse particular deste candidato ou deste político eleito. E como então solucionar isso? Eu entendo que essa é uma questão que as empresas de comunicação deveriam adotar, visando inclusive a sua credibilidade.

**00:04:38 - Kléber:** Para esse segundo bloco, Cristiano, de que maneira a mídia tradicional como jornais e televisão ainda influencia a política comparado aos novos meios de comunicação digital?

**00:04:48 - Cristiano:** Bom, há muitas pesquisas recentes que apontam o crescente nível de influência dos meios nativamente digitais e das plataformas. Então você tem YouTube e redes sociais, Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, Twitter, enfim, que são um meio de influência considerável. A gente vê, no caso recente, o Paulo Marçal em São Paulo, em que a sua capitalização em voto é nativamente digital. Posto isto, não dá para desprezar o poder que a mídia tradicional exerce junto ao eleitorado, principalmente a televisão. Porque a televisão é feita de, claro, imagem e som, mas é a imagem daquele profissional. Se na rádio você tinha a voz e as pessoas eram conhecidas por isso, você tem na televisão um reforço do personagem que é muito considerável para uma campanha. Então ainda, por mais que você tenha a crescente dos meios nativamente digitais, ainda você tem uma influência muito considerável. Jornais. Aqui você tem que ressaltar o impacto. Os jornais impressos acabaram, não só em...

não estou dizendo uma cidade ou outra, mas de modo geral, os jornais impressos não têm uma vida mais longa. Você tem a migração para os portais online e politicamente, é claro que eles influenciam a política enquanto os atores estratégicos na tomada de decisão. Mas não tem, enquanto o comunicador que atua num jornal impresso ou num portal online escrito, ele não tem tanto capital político como tem aquele que atua na televisão, no rádio ou um influencer nas redes sociais.

**00:06:41 - Kléber:** Quais são os riscos e desafios associados ao uso estratégico dos meios de comunicação por políticos e comunicadores para expandir suas influências?

**00:06:53 - Cristiano:** Olha, o principal risco, ao meu ver, por parte dos comunicadores é o capital que eles têm, porque eles estão expondo o seu capital no caso do jornalista. Qual é o maior capital que um jornalista tem? É a credibilidade. É isso que faz ele ser relevante. A sua credibilidade que ele conquista, seja pela sua atuação profissional ao longo dos anos, pela sua precisão na apuração, enfim. E ele coloca isso em jogo quando ele vai para uma disputa eleitoral. Então, acho que esse é o capital que se tem. E para o influencer, você tem, é claro, um outro capital que não é da credibilidade, mas da sua imagem. Então, eu vejo alguns influenciadores em Ribeirão Preto de redes sociais se lançando para disputa esse ano, e o risco que você tem é que a sua imagem seja sempre contaminada como alguém que quer buscar usar as redes sociais, não para outros fins que não a sua eleição, o seu futuro político.

**00:07:59 - Kléber:** Antes de a gente encerrar este bloco, entrando na parte ética, como a ética e a transparência são tratadas nesse contexto? Especialmente quando comunicadores e políticos têm interesses financeiros ou pessoais em jogo?

**00:08:14 - Cristiano:** Aí vai a questão da ética. Vamos pensar de duas formas. Você tem veículos, profissionais que estão associados a veículos e profissionais que atuam por conta própria nas plataformas. Eu entendo que, por questões éticas, uma empresa de comunicação não poderia dar espaço para um comunicador que está atuando politicamente. Porque, como a gente abordou aqui, há uma contaminação que é indissociável. Ele não pode, de manhã, ir para uma rede de televisão e atuar enquanto jornalista, e depois, à tarde, ele atuar enquanto vereador. Isso é indissociável. Então, eticamente, isso não é possível. Mas essa é uma decisão que não deveria caber ao profissional. Deveria caber à empresa de comunicação. Você não pode privar, de forma alguma, esse profissional de atuar das duas formas, se assim eu desejar.

Além da questão ética, tem a questão da imagem. Porque o público, obviamente, consegue entender que aquele candidato e aquele comunicador estão entrelaçados. Então, há esse ponto também.

**00:09:40 - Kléber:** Estamos iniciando o terceiro bloco. E, Cristiano, há evidências de que a influência de comunicadores sobre a política pode levar a uma maior polarização ou desinformação? E como isso pode ser mitigado?

**00:09:53 - Cristiano:** Esse daí valeria uma série de podcasts só para responder essa pergunta.

**00:09:57 - Kléber:** Com certeza.

**00:09:59 - Cristiano:** Bom, acho que os comunicadores, principalmente os que têm uma atuação de destaque nas redes sociais, têm um poder muito grande de influência. E quando essa influência é levada para fins, principalmente de discursos de ódio, a gente tem algo preocupante. Então, na verdade, a sua pergunta foi como os comunicadores podem levar a uma polarização. Eu entendo que boa parte desses comunicadores são frutos da polarização. Ou melhor, se alimentam da polarização, se alimentam da desinformação para crescer. Então, a gente já tem pesquisas sobre isso, que nas redes sociais, o ódio, o confronto, o conflito, ele gera engajamento. E quando ele gera engajamento, os algoritmos vão privilegiar aquele conteúdo. Porque o que se busca nas plataformas é manter a retenção do usuário o máximo de tempo possível. Então, se você entrar em um debate para defender suas convicções, você está dedicando seu tempo para a plataforma e aí vai aparecer um anúncio e depois vai aparecer, enfim, um conteúdo monetizado. Então, você está cedendo o seu engajamento e cedendo o seu tempo para monetizar aquela plataforma. Como mitigar isso? Aí é muito difícil. Eu acho que essa é uma questão que vai envolver justamente a regulamentação e regulação das plataformas. A gente vai ter que ter um arcabouço legal, a gente vai ter que ter uma série de obrigatoriedades das plataformas para que, com moderação, com ajustes algorítmicos, você faça um contraponto à desinformação. E o problema não é a polarização, do meu ponto de vista. Você sempre teve polarizações. Então, você sempre teve disputas ideológicas polarizadas que vão desde o capitalismo e o socialismo, a Alemanha Oriental e a Alemanha Ocidental. Então, a polarização política sempre vai existir.



**00:12:02 - Kléber:** Estamos entrando agora na reta final do nosso programa. Para fazer a última pergunta, como que a transição de comunicadores para a política influencia a relação entre mídia e política? E também, quais são as possíveis consequências para a independência da imprensa e a formação da opinião pública?

**00:12:22 - Cristiano:** Esse não é um fenômeno atual. A gente tem o populismo radiofônico, que é em Ribeirão Preto muito exacerbado, em que, se você verificar as últimas lideranças políticas, elas vieram do rádio aqui. Welson Gasparini, Dárcy Vera, dentre tantos, estou citando prefeitos, Ricardo Silva, e dentre muitos outros políticos que não cabe aqui citar. Inclusive os clássicos e icônicos da nossa cidade. Então, isso não é de hoje. Agora, esse entrelaçamento da exposição midiática com a política, claro, ele é legítimo, porque todos têm direito a se candidatar a um cargo nesse sentido, mas a consequência que se tem nesse sentido, e quando os veículos não adotam posturas nesse sentido, e quando as plataformas não têm mecanismos de transparência, é que você vai ter formadores de opinião, travestidos de isentos, jornalisticamente, moldando os ouvintes, os leitores, os usuários, enfim, para uma opinião que aparenta ser de interesse público, porque ele está num exercício do jornalismo, aquele político, aquele candidato, mas que, na verdade, tem interesses pessoais.

**00:13:50 - Kléber:** Cristiano, estamos encerrando mais um episódio aqui do Entrelaçados. Muito obrigado pelo tempo disponibilizado para a gente, e também pela sua participação.

**00:13:58 - Cristiano:** Legal, Kléber, muito obrigado, esse é um tempo que dá para a gente ficar aqui o dia inteiro conversando, a gente tem que se ater nesses 20 minutos de conversa, mas é aquilo, é algo que não é de agora, para encerrar. Isso vem desde muito tempo atrás, você tem uma exposição, a exposição resulta depois numa entrada, no ingresso na vida política, e eu não vejo problema nisso, tá? Ao meu ver, o principal problema é, depois que se ingressou nesse campo, você continuar atuando com essa dupla função, principalmente no campo do jornalismo.

**00:14:34 - Kléber:** E antes de encerrarmos, aproveite para nos seguir nas redes sociais, Instagram, @EntrelaçadosPodcast. Esse foi mais um episódio do podcast Entrelaçados. Muito obrigado e até a próxima.

## APÊNDICE X - Decupagem Alessandro Maraca - 8º Episódio

**00:00:09 - Vinheta:** Entrelaçados, onde a comunicação e a política caminham lado a lado.

**00:00:16 - Kléber:** Olá, seja bem-vindo ao Entrelaçados, o seu podcast de comunicação e política. No episódio de hoje, eu recebo Alessandro Maraca, ribeirão pretano, nascido nos Campos Elísios e criado no Quintino II. Ele é filho da dona Isaura e do falecido senhor Moacir, casado com Patrícia de Donato e pai da Ana Laura e Alex Eduarda. Formado em Direito, pós-graduado em Gerência de Cidades, cursou Contabilidade e Radialista, além de Especialista em Políticas Públicas para Juventude. Entre os anos de 2013 a 2015, foi secretário de Cultura e Turismo em Ribeirão Preto. Maraca também é apresentador e esteve no Grupo Thathi Ribeirão durante seis anos. Seja bem-vindo, Maraca!

**00:01:01 - Alessandro:** Muito obrigado, Kleber. Estou muito feliz de estar aqui com você, poder falar um pouquinho no seu podcast com a sua audiência, tirar algumas dúvidas, trazer algumas curiosidades, vai ser muito bom. Obrigado por essa oportunidade.

**00:01:17 - Kléber:** E para a gente iniciar o nosso bate-papo com a primeira pergunta, Maraca, você acredita que a sua experiência como radialista teve alguma influência na sua visão sobre política?

**00:01:27 - Alessandro:** Ah, sem dúvida. Na verdade, eu comecei a fazer rádio muito cedo. Antes de trabalhar no Grupo Thathi Comunicação, eu já tinha trabalhado na CMN, tinha trabalhado na Rádio Educativa e tinha trabalhado em uma rádio, uma rádio FM nos anos 90, uma rádio que tocava rock and roll e tal, mas também tinha um viés de atendimento à comunidade naquela época. Com isso, eu fui aprendendo que a gente conseguiria, com o instrumento do rádio, entender o que as pessoas de cada lugar de Ribeirão Preto precisavam. Então, eu acho que isso foi fundamental para mim. E quando eu sigo no rádio, eu percebo que quanto mais a gente conversa, conhece as pessoas e é a realidade da cidade, mais informações você tem também para usar na sua vida política. E o rádio foi essa grande ferramenta para mim sempre. No Grupo Thathi, eu entrei no Grupo Thathi de Comunicação fazendo um programa de bancada, um programa jornalístico de bancada, junto com o João Tombeira, que apresentou o programa comigo durante um ano, um ano e pouquinho, e depois nós mudamos o formato do programa para uma... como se fosse uma revista eletrônica. E aí, era um

programa que tinha lá dentro uma prestação de serviço muito forte, que era um quadro chamado Fala Maraca, em que as pessoas me mandavam um WhatsApp e a gente colocava no WhatsApp a demanda das pessoas e ia atrás da solução. Então, isso me ajudou, me deu um embasamento político muito grande.

**00:03:03 - Kléber:** Você acredita que a visibilidade obtida na mídia possa ser um trampolim legítimo para uma carreira política? E o porquê, Maraca?

**00:03:13 - Alessandro:** A história de Ribeirão acho que mostra um pouco disso. Ribeirão Preto, principalmente ali nos anos 70, anos 80, elegia muita gente que vinha do rádio, que vinha da mídia. Eu acho que o mesmo se repetiu com a TV também. Primeiro, com o rádio mesmo. Então, se a gente for pensar, nós tivemos vários prefeitos que passaram pelo rádio. Talvez o mais marcante tenha sido o prefeito Gasparini, que ficou muito tempo no rádio. Mas nós temos aí dezenas de vereadores que iniciaram sua carreira, antes de começarem na política, iniciaram sua carreira ou de jornalista ou de apresentador de rádio. Tem um que está no ar até hoje, que é o Antônio Carlos Morandini. Sempre busquei me aconselhar com ele também, tanto na política quanto no rádio e na TV. Mas a gente pode citar vários outros nomes, de Sebastião Xavier, por exemplo, a Darcy Vera, ela também foi radialista. Nós tivemos Corauci. São muitos, muitos exemplos de pessoas que foram no rádio e depois foram para a política.

**00:04:27 - Kléber:** Para esse segundo bloco, Maraca, existe um limite entre o papel do comunicador e do político? E como manter uma prática ética nesses dois campos?

**00:04:42 - Alessandro:** Eu acho que existe um limite, sim. Principalmente porque alguns veículos de comunicação são estritamente informativos. E eu acho isso muito bom quando você tem um político apresentando um programa, ou um jornal, ou um informativo. Porque a partir do momento que você tem algo que seja opinativo, que você vai expressar sua opinião, e você é político, está exercendo um mandato, eu acho que você já não tem mais aquela isenção para se manifestar 100%. Acho que isso até fez com que eu me afastasse nos últimos meses do rádio um pouco para não trazer essa confusão, não só para mim, mas para quem assiste também. É inevitável que nós tenhamos o nosso pensamento e, de uma forma ou de outra, que nós possamos utilizar o nosso pensamento no nosso programa. É natural até que a gente possa expressar a minha opinião ou expressar esse pensamento, ou até mesmo uma

ideologia. Então, a partir do momento que isso pode acontecer, você pode acabar, de uma forma ou de outra, ultrapassando o limite de comunicadores chegando no seu papel político, nesse caso. Então eu acho que, por uma questão de ética, a gente precisa observar bem isso. Mas eu vou te dar um outro exemplo. Se o comunicador tiver um programa que não é um programa eminentemente político, é um programa policial, por exemplo, eu não vejo problemas. Mas quando ele vai comentar questões políticas, lógico que eu acho que pode ter um peso no seu comentário. Então eu acho que é melhor que ele tenha, junto com ele, nesse programa, um outro apresentador que possa trazer também uma outra visão. Eu acho que fica mais justo.

**00:06:43 - Kléber:** Como comunicador, quais estratégias você acredita serem mais eficazes para alguém que quer usar a mídia de forma ética dentro da política?

**00:06:52 - Alessandro:** Então, eu acho que talvez você traga nos programas que você apresenta espaços para prestação de serviços. Eu acho que isso funciona, é algo que é muito legal até para que o comunicador possa conhecer todos os problemas da cidade. Então, a partir do momento que ele traz prestação de serviços, ele não está ali emitindo uma opinião, mas sim mostrando um fato e tentando resolver esse problema para a população. Nós temos telejornais que são telejornais extremamente cautelosos com a questão política e que tem quadros nesses telejornais que apresentam resolução de problemas para a cidade. Então, isso mostra que é possível você usar uma ferramenta dessa de prestação de serviços de forma ética trazer uma mídia que te dê um resultado satisfatório junto com seus ouvintes ou seus telespectadores.

**00:08:04 - Kléber:** Durante sua carreira, você já testemunhou algum exemplo em que algum comunicador utilizou essa visibilidade para fins políticos? E como você, como comunicador político, como você avalia essa situação?

**00:08:17 - Alessandro:** Não, eu acho que sim. Porque eu acho que em determinados momentos, por exemplo, quando eu criei o quadro Fala Maraca, eu criei para me aproximar mais das pessoas que eu me comunicava e para dar uma ferramenta para elas para uso prático. Então, no fundo, a gente tem sempre uma vontade de se aproximar das pessoas com isso. Eu acho que em Ribeirão Preto nós tivemos muitos que seguiram o mesmo caminho. Mas eu vou te dar um outro exemplo. Existem comunicadores hoje que são eminentemente da internet, de

redes sociais. E hoje você vê em São Paulo, por exemplo, uma campanha norteada por um comunicador que usa, inclusive, os debates para fazer cortes e tal e usa tanto a política para continuar se comunicando quanto a comunicação dele nas redes sociais para fazer política. Então, é uma via de mão dupla. Eu avalio que essa situação é legítima, mas nem sempre é positiva. Ela precisa ser levada com muita cautela para a gente não sair da esfera do que é ético.

**00:09:41 - Kléber:** Estamos iniciando o terceiro bloco e Maraca, gostaria de te perguntar na sua opinião, quais são os principais desafios enfrentados pelos comunicadores que decidem se candidatar a cargos políticos?

**00:09:52 - Alessandro:** Primeiro, é saber exatamente qual é o limite dele na apresentação desse programa, desse jornal, desta revista ou desse podcast também, porque é muito importante que ele não ultrapasse os limites que ele precisa observar na questão da ética. Acho que isso é muito importante. Fora isso, eu acho que ele tem uma liberdade, ele tem que trabalhar em cima da criação dele. Acho que nós temos hoje em Ribeirão comunicadores que são criativos, que têm encontrado maneiras de fazer o seu programa com viés político, mas sem ultrapassar essa fronteira. Mas nós também observamos pessoas que às vezes vão lá e compram um horário em determinada rádio ou TV, eles compram o horário e você percebe que a finalidade do programa é eminentemente política e não uma forma de entretenimento ou informação para as pessoas.

**00:10:56 - Kléber:** Estamos entrando na reta final do nosso podcast e a última pergunta que eu gostaria de te fazer é qual conselho você daria para um comunicador que deseja entrar na política sem perder a credibilidade conquistada na mídia?

**00:11:07 - Alessandro:** Eu acho que eu tenho uns dois ou três conselhos. O primeiro é procurar estudar o que é o jornalismo, porque muitos comunicadores são formados em jornalismo outros não, mas eu acho que o jornalismo te dá um embasamento muito grande para você ter esse cuidado do limite ético que você tem que seguir. Então estudar, pensar no que ele quer fazer e de que forma que ele quer atingir e impactar as pessoas. Segundo, eu acho que eu já até falei aqui, que é aquilo que se cria dentro do seu programa dentro do seu espaço mecanismos de participação popular as pessoas querem ser ouvidas também as pessoas querem falar, as pessoas querem interagir. Hoje é muito importante que você abra espaços

para interação com as pessoas, isso é muito legal. E terceiro é que hoje a gente tem uma liberdade, a internet nos dá essa liberdade, mas ela tem que ser usada com muito respeito e com muita cautela. Recentemente nós tivemos, por exemplo um podcast que ficou muito famoso em todo o Brasil e que um dos apresentadores desse podcast ele fez uma alusão a algo que a sociedade não aceita e não tem que aceitar mesmo, uma alusão a uma época da história que foi nefasta que a gente precisa nós não podemos apagar porque a gente tem que aprender com a história, mas a gente precisa de deixar bem claro que a maldade existe no coração de muita gente e o cara tratou isso com uma normalidade que não poderia ser tratado, então é muito importante que a gente use todos esses meios de comunicação novos que aparecem e eu acho que o podcast é algo espetacular, até porque o ouvinte ele pode ter um leque maior de opções porque ele pode ouvir gente do mundo inteiro e ele pode escolher o que ele quer ouvir só que nós que somos apresentadores nós que somos comunicadores precisamos ter muita responsabilidade nos temas e também na opinião que a gente acaba trazendo para não trazer algo que seja negativo até mesmo para a imagem do programa que você está apresentando

**00:13:25 - Kléber:** Maraca, muito obrigado pelo tempo e pela sua participação aqui no Entrelaçados, viu?

**00:13:30 - Alessandro:** Ah, eu que agradeço eu adorei, quero muito depois ouvir de novo um pouquinho do que a gente falou, mas tenha acompanhado aí seu trabalho apesar de ser muito novo Kléber, você eu vejo que você gosta de comunicação você tem o dom para isso, então continue continue também procurando sempre seu espaço porque você ainda tem muito para oferecer para toda a nossa sociedade e para o rádio e TV com certeza também.

**00:14:06 - Kléber:** Antes de encerrarmos, eu aproveito para fazer o pedido para você nos seguir nas redes sociais, Instagram @EntrelaçadosPodcast e esse foi mais um episódio Entrelaçados, muito obrigado e até a próxima.