

EM DEFESA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Organizadores

Murilo César Ramos
Elen Cristina Gerales
Juliano Domingues da Silva
Janara Sousa
Vanessa Negrini



Universidade de Brasília



FAC
LIVROS

Em Defesa da Comunicação Pública

Organizadores

Murilo César Ramos • Elen Cristina Geraldês • Juliano Domingues da Silva
Janara Sousa • Vanessa Negrini



Em Defesa da Comunicação Pública

Em Defesa da Comunicação Pública

ORGANIZADORAS E ORGANIZADORES

Murilo César Ramos, Elen Cristina Geraldes, Juliano Domingues da Silva, Janara Sousa e Vanessa Negrini

ENTREVISTADORAS E ENTREVISTADORES

Ana Javes Luz, Andrea Pinheiro Paiva Cavalcante, Ângela Carrato, Carlos Henrique Demarchi, Carolina Fernandes, Daniel Merli, Danilo Rothberg, Edgard Patrício, Ellis Regina Araújo da Silva, Fabíola Orlando Calazans Machado, Fernanda Vasques Ferreira, Fiorenza Zandonade Carnielli, Franciani Bernardes Frizera, Gésio Tássio da Silva Passos, Gisele Pimenta de Oliveira, Gláucia da Silva Mendes Moraes, Helena Martins, Jacqueline Lima Dourado, João Vicente Ribas, Liliâne de Lucena Ito, Marcela Prado Mendonça, Marcelli Alves, Mary Sandra Landim Pinheiro, Mayra Fernanda Ferreira, Mônica dos Santos Galvão Maia, Patrícia Guimarães Gil, Paula Cecília de Miranda Marques, Pedro Arcanjo Matos, Rafael Duarte Oliveira Venancio, Rafiza Varão, Renata Ouro Gonçalves da Costa, Rochele Tonello Zago Corrêa, Soane Costa Guerreiro, Tiago Gautier, Zilda Martins.

Copyright © 2016 by FAC-UnB

Capa/ Diagramação	Vanessa Negrini
Ficha Catalográfica	Fernanda Alves Mignot (BCE-UnB)
Fotos	Elza Fiúza / Agência Brasil
Apoio	Luísa Montenegro, Natália Oliveira Teles, Rosa Helena Santos



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – FAC-UNB

Endereço: Campus Universitário Darcy Ribeiro - Via L3 Norte, s/n - Asa Norte,
Brasília - DF, CEP: 70910-900, Telefone: (61) 3107-6627
E-mail: fac.livros@gmail.com

DIRETOR

Fernando Oliveira Paulino

VICE-DIRETORA

Liziane Guazina

CONSELHO EDITORIAL EXECUTIVO

Dácia Ibiapina, Elen Geraldês, Fernando Oliveira Paulino, Gustavo de Castro e
Silva, Janara Sousa, Liziane Guazina, Luiz Martins da Silva.

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (NACIONAL)

César Bolaño (UFS), Círcia Peruzzo (UMES), Danilo Rothberg (Unesp), Edgard
Rebouças (UFES), Iluska Coutinho (UFJF), Raquel Paiva (UFRJ), Rogério
Christofoletti (UFSC).

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO (INTERNACIONAL)

Delia Cровi (México), Deqiang Ji (China), Gabriel Kaplún (Uruguai), Gustavo
Cimadevilla (Argentina), Herman Wasserman (África do
Sul), Kaarle Nordestreng (Finlândia) e Madalena Oliveira (Portugal).

Catálogo na Publicação (CIP)
Ficha catalográfica

D313 Em Defesa da Comunicação Pública / organizadores, Murilo César
Ramos... [et al.] – Brasília : FAC-UnB, 2016.
270 p.; 30 cm

ISBN 978-85-93078-14-9

1. Comunicação. 2. Comunicação pública. 3. Política de
telecomunicações. I. Ramos, Murilo César (org.).

CDU 351.817

DIREITOS DESTA EDIÇÃO CEDIDOS PARA A FAC-UNB. Permitida a reprodução
desde que citada a fonte e os autores.

Este diálogo, como exigência radical da revolução, responde outra exigência radical – a dos homens como seres que não podem ser fora da comunicação, pois que são comunicação. Obstaculizar a comunicação é transformá-los em quase “coisa” e isto é tarefa e objetivo dos opressores, não dos revolucionários.

Paulo Freire,
Pedagogia do Oprimido

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
PRINCÍPIOS E OBJETIVOS DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA.....	10
AS ENTREVISTAS	12
ANA SILVIA LOPES DAVI MÉDOLA.....	13
CARLOS EDUARDO ESCH	19
CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO	26
EUGÊNIO BUCCI.....	31
FERNANDO OLIVEIRA PAULINO	40
FLÁVIO ANTÔNIO CAMARGO PORCELLO.....	55
FRANKLIN MARTINS	58
GERSON LUIZ MARTINS	61
HELOIZA MATOS E NOBRE	70
ILUSKA COUTINHO	80
INÊS VITORINO SAMPAIO	86
ISRAEL DO VALE NETO	92
JORGE DUARTE	106
JOSEPH DEAN STRAUBHAAR	111
JOSETI MARQUES	119
JULIANO MAURÍCIO DE CARVALHO.....	124
LAURINDO LALO LEAL FILHO.....	132
LETÍCIA RENAULT	138
LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE	144
MARIA HELENA WEBER	150
MARIA REGINA DE PAULA MOTA.....	157
MARIALVA CARLOS BARBOSA.....	161
MARTÍN BECERRA.....	164
MUNIZ SODRÉ	168
MURILO CÉSAR RAMOS.....	173
NÉLIA RODRIGUES DEL BIANCO	183
NELSON DE LUCA PRETTO	198

OMAR RINCÓN	202
PEDRO LUIZ DA SILVEIRA OSÓRIO	208
REGINA LIMA	218
ROGERIO CHRISTOFOLETTI.....	230
TEREZA CRUVINEL	234
VENÍCIO LIMA.....	244
DESAFIOS DO JORNALISMO PÚBLICO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE EMISSORAS DE RÁDIO DA EBC.....	256
AS ORGANIZADORAS E OS ORGANIZADORES.....	266
AS ENTREVISTADORAS E OS ENTREVISTADORES	268

Desafios do Jornalismo Público: uma análise da produção de emissoras de rádio da EBC²²

Liziane Soares Guazina²³ e Fernando Oliveira Paulino²⁴

RESUMO

A partir de um breve histórico de iniciativas de implementação de um jornalismo público, o artigo discute dados relativos à produção jornalística das emissoras de rádio da Empresa Brasil de Comunicação que fizeram parte da pesquisa realizada entre 2013-2015. O objetivo foi analisar a cobertura jornalística sobre as eleições de 2014 nas três emissoras de rádio do sistema público de comunicação com transmissões em AM e FM no Distrito Federal (Nacional AM, Nacional FM e MEC AM Brasília, retransmissora de conteúdos da MEC FM do Rio de Janeiro), cuja responsabilidade de gestão e produção de conteúdo, desde 2008, é da EBC. Nossa análise buscou identificar se e como o jornalismo praticado pela EBC naquele período atendeu aos princípios estabelecidos em sua lei de criação.

Palavras-chave: 1.Jornalismo Público. 2.Emissoras de rádio. Empresa Brasil de Comunicação.

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo público vive um momento decisivo após a reformulação, sem discussão pública ampla e democrática, da Lei de criação da Empresa Brasil de Comunicação - EBC, que entre outras ações, extinguiu o Conselho Curador, revogou a estabilidade do cargo de diretor-presidente por quatro anos e vinculou a Empresa diretamente à Casa Civil da Presidência.

Historicamente, os desafios do jornalismo público brasileiro sempre foram inúmeros e não começaram com a constituição da EBC. Antes da Empresa ser criada pela Lei 11.652/2008, um longo percurso de luta em prol de uma comunicação pública mais democrática e cidadã já

²² Parte deste artigo foi apresentada no XXIV Encontro Anual da Compós, em 2014, sob o título Comunicação e Política: a cobertura das eleições de 2014 em três emissoras públicas de rádio. As ideias trabalhadas aqui também foram desenvolvidas em Paulino, Guazina e Oliveira (2016).

²³ Doutora em Comunicação, atual Vice-diretora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, líder do Grupo de Pesquisa Cultura, Mídia e Política e coordenadora do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política – NEMP/CEAM/UnB. Email: lguazina@unb.br

²⁴ Doutor em Comunicação, atual Diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom-UnB) e do Projeto Comunicação Comunitária e Cidadania (CNPq), Email: fopaulino@gmail.com.br

havia sido trilhado por movimentos sociais, comunidade acadêmica e profissionais da Comunicação. Mesmo dentro da então Empresa Brasileira de Comunicação – Radiobrás, antecessora da EBC, algumas ações voltadas para a produção de um jornalismo de caráter público foram implantadas no início dos anos 2000. Ainda que estas experiências, muitas vezes, tenham sido fruto de iniciativas de dirigentes ou profissionais da Empresa e não significassem um *continuum* de política editorial e de gestão, vale fazer um esforço para recuperá-las brevemente em seu sentido mais representativo: pequenas contribuições no caminho de uma Comunicação pública.

Já em 2004, documento de distribuição interna intitulado Jornalismo na Radiobrás, defendia-se o caráter público da Empresa que estava inscrito no Decreto 2958/99, assim como seus valores baseados no

“respeito ao caráter público de nossa atividade, ao buscar a excelência ao exercer a transparência, interna e externa; respeito à cidadania, ao assumir um compromisso permanente com a universalização do direito à informação, com a verdade e com a qualidade da informação, por meio de canal direto com o público”.
(...) (p. 5).

Em 2006, o Manual de Redação da Radiobrás trazia o registro da missão da Empresa logo na apresentação:

“Somos uma empresa pública de comunicação. Buscamos e veiculamos com objetividade informações sobre Estado, governo e vida nacional. Trabalhamos para universalizar o acesso à informação, direito fundamental para o exercício da cidadania” (p.17).

O próprio Manual representou, naquele momento, um esforço coletivo que envolveu inúmeros profissionais para redirecionar o trabalho das equipes de jornalismo de televisão, rádio e da Agência Brasil para um “foco no cidadão”, com uma produção menos parecida com a oferecida pelas emissoras comerciais e conteúdo menos “chapa-branca”.

No entanto, no mesmo documento, consta a definição de que a pauta da Radiobrás deveria se limitar à “cobertura do Governo, do Estado e da Cidadania, esta entendida como expressão da atuação da sociedade civil organizada na busca de seus direitos”(p. 17). Assim, mesmo na narrativa oficial mais importante daquele período sobre o reordenamento institucional que buscava avançar em um jornalismo de caráter público focado na cidadania, as tensões decorrentes do fato de que a Empresa estava vinculada ao Governo Federal apareciam na redação: Governo e Estado vinham antes da Cidadania.

Pode-se afirmar que a qualidade do jornalismo da EBC tem sido uma pauta de discussão interna e externa à Empresa desde sua criação. As análises críticas desenvolvidas por diferentes grupos de pesquisadores vinculados a universidades brasileira contribuíram para este debate interno, assim como as análises realizadas pela Ouvidoria. Mesmo ocupando um espaço reduzido dentro do espectro da radiodifusão no caso brasileiro, o sistema público de

comunicação deveria configurar-se, por força de artigos constitucionais e de lei, em um espaço teoricamente mais plural e diverso do que a mídia comercial. E que seu jornalismo refletisse estas características.

Nossa contribuição, neste trabalho, é trazer alguns dados relativos à produção jornalística das emissoras de rádio da EBC que fizeram parte da pesquisa realizada em parceria com EBC entre 2013-2015²⁵. O objetivo foi analisar a cobertura jornalística sobre as eleições de 2014 nas três emissoras de rádio do sistema público de comunicação com transmissões em AM e FM no Distrito Federal (Nacional AM, Nacional FM e MEC AM Brasília, retransmissora de conteúdos da MEC FM do Rio de Janeiro), cuja responsabilidade de gestão e produção de conteúdo, desde 2008, é da EBC. Nossa análise busca identificar se e como o jornalismo praticado pela EBC atendeu aos princípios estabelecidos em sua lei de criação, especialmente em relação à promoção da cidadania, durante o período de observação.

Cabe destacar que o sistema público de comunicação deveria obedecer a princípios definidos na Lei 11.652/2008, em vigor no período observado²⁶, que remetiam, direta ou indiretamente à ideia de promoção da cidadania, seja do ponto de vista da garantia de pluralidade e diversidade de fontes no noticiário até a presença de temas voltados para as demandas dos cidadãos. A promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes, por exemplo, está definida no art. 2 . da Lei, assim como a produção de conteúdos com finalidades educativas, culturais e informativas e a não discriminação político- partidária, filosófica, étnica, de gênero ou opção sexual.

A ideia de promoção da cidadania também estava presente nos objetivos do sistema de radiodifusão pública, especialmente naqueles elencados no art. 3 . da mesma Lei, especialmente: II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; e III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação.

²⁵ Pesquisa realizada no âmbito do Termo de Cooperação EBC-UnB/2014, intitulado “*Monitoramento e Análise da programação e das produções jornalísticas das emissoras de rádio da EBC em Brasília: Rádio Nacional AM, Rádio Nacional FM e MEC AM Brasília*”, entre dezembro de 2013 a fevereiro de 2015. Também participaram do projeto os pesquisadores Carlos Eduardo Esch e Luiz Martins da Silva, além de três bolsistas de pós-graduação e dez bolsistas de graduação, da Faculdade de Comunicação da UnB. Agradecemos aqui o empenho e dedicação de toda equipe na configuração, execução e análise dos dados do projeto.

²⁶ A Lei 11.652/2008 foi revogada sob a gestão do novo presidente da República após o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, com a promulgação da Lei n. 13.417/2017.

Além disso, o próprio Manual de Eleições 2014 da EBC, que estabeleceu as diretrizes internas da cobertura jornalística de todos os veículos da Empresa, remete ao Manual de Jornalismo da EBC, que definia:

“A EBC é uma empresa pública comprometida com o cidadão brasileiro e com a promoção da cidadania, não com partidos ou coalizões políticas que ocupam o poder ou fazem oposição a estes. Nas disputas eleitorais, a cobertura da EBC será equilibrada e justa, considera a importância dos fatos e a relevância dos personagens” (EBC, 2013, p. 2).

Ainda de acordo com o Manual de Eleições 2014, as diretrizes deveriam orientar a cobertura jornalística não somente dos veículos de comunicação (audiovisuais e digitais) da própria EBC, como também as emissoras públicas parceiras de rádio e televisão.

Ao longo do documento, foram definidas as prioridades da cobertura, tais como a ênfase no noticiário temático, com atenção às minorias e segmentos sociais específicos (pessoas com deficiência, jovens, quilombolas, etc), a questões de gênero, “tendo em vista a pouca participação feminina na política partidária” (EBC, 2014, p. 5), direito e acesso à comunicação, além de temas como mobilidade, saúde, segurança e moradia. Também houve destaque para o caráter de prestação de serviços dos conteúdos noticiosos: “Todos os veículos oferecerão informações de utilidade pública e produzirão conteúdo diferenciado com foco nos interesses, direitos e deveres do cidadão” (EBC, 2014, p. 5).

Além disso, há no documento uma seção específica para estabelecer como se tratariam as denúncias, descaracterizando-as como foco de interesse do noticiário:

“As acusações entre candidatos, denúncias e agressões verbais fazem parte das campanhas, mas não serão foco da cobertura jornalística da EBC. Denúncias poderão entrar no noticiário se consistentes, envolverem temas de interesse, observadas a pluralidade de opiniões e o direito de defesa” (EBC, 2014, p. 6).

O aspecto interessante do Manual está na seção intitulada “Protagonismo do cidadão”, onde se enfatiza que, apesar dos principais atores do processo eleitoral serem os candidatos, era necessário assegurar nos conteúdos noticiosos o espaço para os cidadãos, seja por meio da temática abordada, seja por ferramentas ou mecanismos de participação do público:

“(…) o jornalismo da EBC discutirá os temas de interesse do cidadão. As ferramentas de interatividade, os mecanismos de participação do público, o jornalismo colaborativo e os espaços para sugestão de pautas serão instrumentos importantes para esta aproximação com o cidadão. A EBC zelará para que estes espaços não sejam utilizados a favor ou contra qualquer candidato” (EBC, 2014, p. 5).

Apesar dos cidadãos e da cidadania serem, como vimos acima, termos citados em documentos de referência da EBC, não é definido expressamente, nestes mesmos arquivos, o que se compreende por cidadania e como se constituem ou se apresentam as demandas ou interesses dos cidadãos brasileiros, possível reflexo do atual estágio e dos desafios do Serviço

Público de Radiodifusão no país, como pode ser percebido a seguir.

2. NOTAS METODOLÓGICAS

Antes de apresentar os resultados da pesquisa propriamente dita sobre os conteúdos veiculados pelas emissoras de rádio, vamos elencar algumas características da pesquisa aqui relatada. A análise da cobertura jornalística durante o período pré-eleitoral e eleitoral de 2014 constitui-se um recorte de um estudo sobre o jornalismo e a programação musical das emissoras do sistema de rádio da EBC realizado entre os anos de 2013-2015, como resultado de Termo de Cooperação com a Empresa, conforme já mencionado.

Para fins deste artigo, utilizamos apenas os dados relativos a três meses de observação (agosto, setembro e outubro de 2014), em um total de 87 conteúdos jornalísticos analisados, entre reportagens, notas, entrevistas, flashes, etc. As peças jornalísticas foram veiculadas nos programas *Repórter Nacional* (em agosto), *Cidade 980* (em setembro) e *MEC Notícias* (em outubro), que fazem parte das emissoras Nacional FM, Nacional AM e MEC AM Brasília[5], respectivamente. A amostra de conteúdos a serem analisados foi obtida por meio da técnica de semana composta. Portanto, os dados aqui referidos contemplam edições selecionadas para representarem cada mês analisado.

As 87 peças jornalísticas analisadas representam apenas 13,55% do conteúdo noticioso geral veiculado no período (642 conteúdos, assim distribuídos: 224 em agosto, 303 em setembro e 115 em outubro). Foram selecionados para a presente análise somente os conteúdos classificados na temática *Eleições*, sendo, portanto, excluídos os demais temas apresentados durante o período.

O tema *Eleições* foi o mais recorrente durante os meses analisados, aparecendo em 50 conteúdos de agosto (21,49% do total de temas do mês. Os demais conteúdos, 88,51% do material veiculado, se referiam, sem menção direta a disputas eleitorais, sobre serviços de saúde, educação, transporte etc. Este princípio também se repetiu nos meses seguintes), 24 conteúdos em setembro (10,71% do total de temas do mês) e 13 conteúdos em outubro (14,23% de temas do mês). A diversificação de temas foi uma das características da amostra geral da pesquisa.

Foram agrupados no tema *Eleições* conteúdos relativos às eleições em geral, não somente presidenciais como também as relativas aos pleitos majoritários estaduais e proporcionais nas unidades federativas (registramos, porém, que as emissoras focaram sua cobertura, de maneira geral, em acontecimentos relacionados a Brasília e Rio de Janeiro, principais locais de produção).

Cada edição dos programas observados teve seu conteúdo classificado em diferentes categorias em formulário próprio do programa *Survey Monkey* pela equipe de pesquisa, a

partir de uma análise temática e de conteúdo. As categorias foram definidas a partir de um conjunto de parâmetros emanados da Lei 11.652/2008, então em vigor, dos princípios e valores da própria EBC instituídos em seus documentos de referência como o *Manual de Jornalismo da EBC* (EBC, 2013), além da reflexão acadêmica com relação às funções e atribuições da comunicação pública e do jornalismo público a serviço de um Sistema Público de Radiodifusão.

Entre as categorias observadas na cobertura eleitoral, estavam, entre outras: 1) subtemas predominantes; 2) natureza e número de fontes citadas (inclusive candidatos e partidos políticos, movimentos sociais e outros atores); 3) consistência e contextualização das informações; 4) duração dos conteúdos; 5) formatos (gêneros); 6) tempos predominantes; 7) uso de sonoras; 8) produção colaborativa; 9) presença e tratamento dado às mulheres. Foram especialmente observados de que maneira foram interpretadas as demandas dos cidadãos e os focos/destaques dos conteúdos.

Após a classificação, foi possível, por meio quantitativo e qualitativo, estabelecer as principais tendências de cobertura e analisar de que maneira os cidadãos apareceram e foram tratados nos diferentes conteúdos jornalísticos.

3. ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICAS DAS EMISSORAS DE RÁDIO

Sob um contexto geral, é importante mencionar que a amostra relativa aos três meses analisados apresentou conteúdos predominantemente em formato de notas. Das 643 peças analisadas, 433 (ou 67,34%) foram classificadas como notas (com ou sem sonoras, isto é, com ou sem áudios de fontes entrevistadas). Além disso, em pouco mais da metade da amostra geral (51,32%), o tempo de duração predominante foi de até um minuto. Tais dados são indicadores de uma tendência em privilegiar, de modo geral, um noticiário fundamentado em notas curtas, com mais ênfase no tratamento informativo e menos destaque na busca por contextualização ou aprofundamento.

Elencaremos, a seguir, as principais observações sobre a cobertura jornalística das *Eleições 2014*, a partir das análises das categorias mencionadas anteriormente. Ressaltamos que não apresentaremos os resultados de todas as categorias analisadas; privilegiaremos os aspectos quantitativos e enfatizaremos apenas as categorias que nos ajudam a compreender as questões que nos interessam neste artigo. Além disso, os dados aqui mostrados referem-se aos conteúdos veiculados nas edições que fizeram parte do mês composto.

Do ponto de vista dos diferentes focos de interesse (subtemas) relacionados à temática das *Eleições*, foi possível identificar um total de 16 subtemas na amostra analisada[7]. O subtema predominante foi o que classificamos como *rotinas eleitorais* ou *processo eleitoral*, onde o foco dos conteúdos foi dedicado às eleições em si. Este subtema esteve presente em 25 conteúdos dos 87 analisados (representando 28,73% do total analisado).

Os assuntos agrupados neste subtema enfatizaram os aspectos relativos à

administração, gestão e funcionamento do processo eleitoral, assim como aos programas e agendas dos candidatos. Foram incluídas neste subtema conteúdos que versavam sobre prazos a serem cumpridos pelos cidadãos, números de urnas eletrônicas, esclarecimentos sobre voto digital ou voto em trânsito, julgamentos de recursos no TSE, candidaturas barradas, funcionamento de urnas biométricas, como encontrar as zonas de votação, segurança durante as eleições, mudança de candidato no PSB em função do falecimento de Eduardo Campos, etc.

Segurança pública e economia ficaram em segundo lugar na ordem de ocorrências, aparecendo em 10 conteúdos cada um (ou representando 11,49% do total de subtemas). Subtemas como *política econômica* (9 conteúdos ou 10,34% do total) e *educação* (8 conteúdos ou 9,19% do total) completaram os cinco principais subtemas do período. *Violência, gênero, drogas e aborto* (2 conteúdos ou 2,29% do total cada) e *comunicação pública* (1 conteúdo ou 1,45% do total) estão entre as subtemáticas menos frequentes. Interessante observar que o subtema *corrupção*, ligado ou não ao caso Petrobrás, foi encontrado em apenas 4 (4,59%) conteúdos analisados.

Já no que diz respeito à natureza e número de fontes citadas, observamos que das 87 peças jornalísticas analisadas, pouco mais da metade (48 conteúdos ou 55,17% do total) não cita partidos políticos, enquanto 39 (ou 44,83%) citam as agremiações partidárias. Nos conteúdos em que os partidos políticos foram citados (muitas vezes, na mesma matéria ou reportagem), identificamos as seguintes ocorrências: o PSB foi o partido mais citado, aparecendo em 18 conteúdos. Em seguida, o PT aparece em 17 conteúdos analisados; PSOL e PSDB em 16 conteúdos; PV, PRTB, PSDC, em 15 conteúdos; PSTU, PCB e PCO em 14 conteúdos; PSC em 12 conteúdos e PR em 5. Entre os menos citados, estão o PMDB (em 2 conteúdos) e as agremiações PHS, PTB, PSD, DEM e PSL, que apareceram em apenas 1 conteúdo cada.

Identificamos ainda que, do total de 87 peças jornalísticas analisadas, 41 apresentam/citam nominalmente os candidatos a cargos majoritários em nível nacional ou regional (47,12%) e 46 (52,87%) não identificam ou fazem referência explícita aos nomes dos candidatos, referindo-se genericamente às lideranças que concorriam no pleito (como os candidatos). Entre os conteúdos jornalísticos nos quais os candidatos foram citados nominalmente como fontes, 35 delas fizeram referência a todos os candidatos presidenciais (em uma mesma matéria ou nota, por exemplo). Isoladamente, Dilma Roussef foi a mais citada (em 5 conteúdos), Aécio Neves ficou em segundo lugar (em 4 conteúdos) e Marina Silva em terceiro (em 3 conteúdos).

Ainda no que diz respeito à diversidade de fontes, encontramos a participação de cidadãos (indivíduos que normalmente ilustravam as matérias como personagens entrevistados) ou de entidades da sociedade civil em apenas 20 conteúdos (22,98% do total). Já as autoridades oficiais vinculadas ao Estado/Governo apareceram em 19 conteúdos (ou 21,83% do total), entre autoridades governamentais, legislativas e judiciárias (especialmente juízes

eleitorais, do TSE, e STF, mas também a presidente Dilma Rousseff).

Registramos ainda que menos de 20% dos conteúdos (17) tratam da participação das mulheres como candidatas a diferentes cargos eletivos e em apenas 2,29% dos conteúdos (2) é enfatizada a participação das mulheres como eleitoras. Já do ponto de vista da produção colaborativa, que poderia trazer mais pluralidade de pontos de vista nos conteúdos veiculados, identificamos que apenas 2 (2,29%) dos conteúdos, transmitidos em agosto, foram produzidos com a colaboração de canais alternativos, tais como veículos comunitários ou alternativos aos canais comerciais ou apoiados financeiramente pelo Estado.

4. SÍNTESES E CONCLUSÕES

A partir dos dados acima elencados, podemos delinear algumas características identificadas na cobertura jornalística sobre as eleições de 2014 nas três emissoras observadas (Rádio Nacional AM Brasília, Nacional FM Brasília e Rádio MEC), especialmente no que diz respeito a nossos objetivos (como as *Eleições* foram tratadas na cobertura jornalística e como a cidadania apareceu/participou dos conteúdos veiculados). Em síntese, é possível afirmar que:

a) Durante os meses analisados, o número de ocorrências (87) sobre *Eleições* representou apenas 13,55% do conteúdo noticioso geral veiculado no período. Neste aspecto, teve participação minoritária no conjunto de coberturas jornalísticas;

b) Dentro do tema *Eleições*, o subtema de maior destaque foi o classificado de rotinas eleitorais ou processo eleitoral; com boa parte dos conteúdos dedicados a enfatizar os aspectos burocráticos do andamento eleitoral (preparação e funcionamento das eleições), além da divulgação de agenda e programas dos candidatos;

c) Notícias sobre denúncias de corrupção foram pouco exploradas enquanto subtemática, em coerência com o que foi definido no Manual Eleições 2014, assim como violência e drogas – assuntos geralmente relacionados à juventude brasileira – e aborto, tema relevante das eleições em 2010. Já polêmicas sobre subtemáticas relacionadas aos direitos civis mencionadas por candidatos de partidos minoritários, tais como a questão dos direitos dos homossexuais, não apareceram de forma significativa, assim como subtemas relacionados a outras minorias e segmentos sociais específicos, de maneira diferente do que havia sido orientado no Manual Eleições 2014;

d) A participação das mulheres no processo eleitoral correspondeu a 20% do total da cobertura.

e) Do ponto de vista das fontes, ainda que não tenham sido predominantes na amostra, partidos e candidatos foram os mais citados; enquanto a participação de cidadãos ficou restrita, de maneira geral, à função de ilustrar as matérias, não alcançando, juntamente com fontes não-estatais (desvinculadas aos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo) nem um quarto do total da amostra (22,98% do total). Este número, no entanto, está em equilíbrio com

a participação de fontes oficiais (governamentais/legislativas/judiciárias), que alcançou 21,83% do total;

Por fim, registramos a pouca representatividade de produções colaborativas, advindas de parcerias com a mídia independente ou livre, assim como formas e/ou mecanismos de participação do público, de interatividade com os ouvintes ou de jornalismo participativo.

Estes achados de pesquisa nos levam a pensar que muito ainda havia por fazer no que diz respeito ao jornalismo público praticado nas emissoras de rádio da EBC antes das mudanças trazidas pelo governo pós-*impeachment*. Identificou-se, por exemplo, a necessidade de aprimorar e desenvolver atividades voltadas para o “protagonismo do cidadão” na cobertura jornalística das próximas eleições.

Outra questão essencial decorrente da pesquisa foi pensar de que maneira Ouvidoria e Conselho Curador poderiam ser fortalecidos como canais de salvaguarda aos princípios estabelecidos pela lei de criação da Empresa, no sentido de desempenhar função de estímulo a uma maior clareza nas definições de práticas associadas ao “protagonismo do cidadão” dentro e fora do período eleitoral. Neste sentido, também foi significativo identificar que a EBC deveria promover continuamente a realização de análises internas e externas de conteúdos das emissões de rádio, de tevê e da Agência Brasil para que haja um aprimoramento do que é transmitido e de práticas e procedimentos relacionados ao Serviço Público de Radiodifusão no país, proporcionando, conseqüentemente, um maior conhecimento da atuação das mídias públicas na agenda de estudos de Comunicação e Política.

Os resultados de pesquisa aqui elencados apontavam a necessidade de aperfeiçoamento do trabalho das equipes de jornalismo das emissoras de rádio analisadas. Isto é, era preciso avançar ainda mais para uma prática voltada para o caráter público da comunicação. Atualmente, após a revogação da Lei 11.652/2008 e evidente retrocesso com a extinção do Conselho Curador, sinalizam-se horizontes pouco abertos à produção crítica e participativa. O que se constituía como desafio premente na trajetória da EBC em busca de um jornalismo público comprometido com a participação da cidadania, tornou-se, salvo mudanças futuras, um caminho concreto de retrocesso na experiência de construção da Comunicação pública brasileira.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei 11.652/2008. República Federativa do Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm Acesso em 01 de março de 2017.

BRASIL. Lei 13.417/2017. República Federativa do Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm#art1 Acesso em 10 de março de 2017.

EBC, EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Manual de Jornalismo da EBC**. Brasília, EBC, 2013. Disponível em <http://www.ebc.com.br/sites/default/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf>. Acesso em 3 out. 2014.

EBC, EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Manual Eleições 2014: Diretrizes de Cobertura Jornalística**. Brasília, EBC 2014. Disponível em [http://www.conselhcurador.ebc.com.br/sites/_conselhcurador/files/files/Manual%20de%20Eleições%202014%](http://www.conselhcurador.ebc.com.br/sites/_conselhcurador/files/files/Manual%20de%20Eleições%202014%20) Acesso em 3 out. 2014.

PAULINO, F. O., GUAZINA, L., OLIVEIRA, M. Serviço público de media e comunicação pública: conceitos, contextos e experiências. **Comunicação e Sociedade**, vol. 30, 2015, p. 55-70. Disponível em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2485/2398>

RADIOBRÁS. **O Jornalismo na Radiobrás**. Brasília, 2004.

RADIOBRÁS. **Manual de Redação de Jornalismo**. Brasília, 2006.

Relatório Final do Monitoramento EBC-UnB. Brasília: Universidade de Brasília, 2015.

