

JORNALISMO PÚBLICO EM TEMPOS DE CRISE: cobertura das eleições presidenciais de 2018 pela Agência Brasil (ABr/EBC)

Mariana Martins de Carvalho
Universidade de Brasília

Francisco Verri
Universidade de Brasília

Gisele Pimenta de Oliveira
Universidade de Brasília

RESUMO

A partir do reconhecimento do papel crucial dos veículos de comunicação pública para a democracia, este trabalho observa a cobertura jornalística da Agência Brasil (ABr/EBC) sobre os presidentiáveis Jair Bolsonaro e Fernando Haddad durante o segundo turno das eleições de 2018. Foi realizada uma análise temática de 297 conteúdos para identificar se a agência de notícias cumpriu os seus objetivos previstos em lei, como a promoção do debate público acerca de assuntos relevantes, a contribuição para a formação da consciência crítica e o fomento à participação social e à construção da cidadania. Dentre os resultados, destaca-se uma prática jornalística em regra protocolar, com limitada pluralidade temática, regional e de fontes e centrada em abordagens de assuntos factuais e polêmicos em detrimento das pautas sobre minorias sociais, plataformas políticas ou que valorizassem a democracia, a cidadania e os direitos humanos.

Palavras-chave: Comunicação pública. EBC. Eleições 2018.

PUBLIC JOURNALISM IN TIMES OF CRISIS: the Agência Brasil (ABr/EBC) coverage of the 2018 presidential elections

ABSTRACT

Based on the recognition of the crucial role of public communication vehicles for democracy, this paper observes the news coverage of Agência Brasil (ABr/EBC) on the presidential candidates Jair Bolsonaro and Fernando Haddad during the second round of the 2018 elections. It was made a thematic analysis of 297 contents to identify whether the news agency fulfilled its objectives set by law, such as promoting public debate on relevant issues, contributing to the formation of critical awareness and fostering social participation and building citizenship. Among the results found, we can highlight a journalistic practice as a rule of protocol, with limited thematic, regional and source plurality and focused on approaches to factual and controversial issues to the detriment of the guidelines on social minorities, political platforms or that value democracy, citizenship and human rights.

Keywords: Public communication. EBC. 2018 Elections.

Recebido em: 10/08/2020
Aceito em: 05/09/2020

APRESENTAÇÃO

As eleições presidenciais de 2018 no Brasil muito provavelmente entrarão para a história como umas das mais complexas que o país enfrentou desde a reabertura democrática. Uma gama de fatores contribuiu para essa afirmação. Para não voltar muito à história, elegemos como marco inicial desse processo as eleições anteriores, em 2014, quando o candidato Aécio Neves (PSDB), derrotado no segundo turno, não reconheceu a vitória da então reeleita Dilma Rousseff, impulsionando questionamentos em cadeia sobre uma suposta ilegitimidade da presidenta para governar e, ainda mais grave, em relação à confiabilidade do sistema eleitoral e à solidez democrática do país. A postura foi o anúncio simbólico da profunda crise institucional, política, econômica e social brasileira que em 2016 culminou no segundo *impeachment* presidencial do país em menos de 25 anos e se agravou nos anos seguintes.

O posicionamento de Neves não se constitui como elemento isolado nem no quebra-cabeça eleitoral nem no rol de razões que levaram à crise que se intensificou desde as manifestações de junho de 2013¹. Corroboramos o conceito de crise estrutural apresentado por Alysson Mascaro (2018), que contextualiza um colapso do capital em nível mundial, mas também apresenta especificidades e peculiaridades da forma como isso atinge o Brasil.

A crise de acumulação do capitalismo mundial impõe-se ao quadro brasileiro gerando uma crise econômica e política específica, que se alimenta das próprias insuficiências e contradições da sociabilidade nacional. A crise de acumulação leva a uma exigência à forma política, que se desdobrará em golpe. À derrocada brasileira, quantidades a mais de sangue para a vampirização empreendida pelo capital nacional e internacional. A crise é negócio que abastece a exploração capitalista. (MASCARO, 2018, p. 50.)

Um dos episódios apontados pelo autor como desdobramento dessa crise no Brasil é o processo que dá origem ao impedimento de Dilma Rousseff. Por trás do *impeachment*, mantinha-se a percepção de uma elite dominante de que era necessário encerrar o ciclo do Partido dos Trabalhadores à frente do governo federal, discorre Luís Felipe Miguel (2019). O impedimento seguiu o rito constitucional, contudo, suas frágeis bases legais aumentaram as fissuras de uma ordem política e democrática em crise. As turbulências institucionais, sociais e econômicas agravaram o cenário político, permitindo que Jair Bolsonaro, até então deputado do chamado “baixo clero” e com posições extremistas e de desrespeito aos direitos humanos, posteriormente fosse eleito ao Palácio do Planalto.

¹ Onda de manifestações populares que levou milhares de pessoas às ruas de todo o Brasil em junho de 2013. Começou com protestos contra o aumento no preço das passagens de ônibus em São Paulo e se espalhou pelo país de forma difusa e descentralizada, incorporando pautas e segmentos sociais diversos.

Ainda sobre as especificidades da crise no Brasil e o desfecho da eleição de Bolsonaro, Porto *et al.* (2020) acrescentam que:

[...] o bloco histórico e o sistema político construídos entre a redemocratização de 1985 e ascensão do Partido dos Trabalhadores à presidência em 2003 passam a enfrentar grave crise política a partir dos protestos de 2013 e da forte polarização nas eleições presidenciais de 2014. De acordo com esta interpretação, a ascensão de Bolsonaro à presidência revela não só uma crise da esquerda em geral e do PT em particular, mas também uma crise relativa do poder da Rede Globo, dos partidos tradicionais (principalmente PSDB e MDB) e da Igreja Católica no estabelecimento de consensos culturais e políticos. Assistimos, em 2018, a reordenamentos importantes nos sistemas políticos e midiáticos que necessitam receber maior atenção por parte dos pesquisadores em comunicação política. (PORTO *et al.*, 2020, p. 25).

Entre outros agravantes da crise, a recessão financeira brasileira e global, ratificada por políticas liberais, elevou o desemprego, a pobreza, a desigualdade e ocasionou queda no padrão de vida de determinados grupos sociais. Na ordem político-judiciária, observaram-se narrativas seletivas de combate à corrupção, exacerbadas pelos grandes veículos comerciais e impulsionadas pelo mote da Operação Lava Jato. Os efeitos das investigações comandadas em Curitiba puderam ser percebidos na aderência social a discursos simplistas de criminalização da política, dos políticos e da Justiça, e colocaram em xeque instituições como o Congresso Nacional, o Supremo Tribunal Federal e a Justiça Eleitoral. Paralelamente, intensificou-se uma crença generalizada em torno de uma salvação personalista e heroica, capaz de resgatar a “moralidade administrativa” e os valores do “cidadão de bem”, culminando na ascensão meteórica ao poder de políticos e partidos de extrema direita, com inclinações autoritárias.

Cabe destacar outro fator crucial para que ocorressem alterações estruturais na disputa eleitoral de 2018: o uso em massa das mídias sociais, mais especificamente o crescimento do WhatsApp e a proliferação de notícias falsas (*fake news*) como ferramentas de comunicação e de campanha. Isso trouxe para a arena pública outros instrumentos de comunicação que não o sistema midiático tradicional. Para deixar as eleições – e sua análise – mais complexas, ainda houve uma série de acontecimentos envolvendo candidatos e pré-candidato, como prisão, mudança de chapa durante o pleito e atentado à vida. Tais crises, hegemônicas e mais profundas, tendem a gerar instabilidade maior na relação entre mídia e instituições/grupos políticos, abrindo o terreno para o surgimento de novas modalidades de alinhamento entre o sistema político e o sistema midiático (PORTO *et al.*, 2020).

Todos esses pontos confluíram para um processo eleitoral atípico e fizeram das eleições presidenciais de 2018 um termômetro dessa crise profunda e estrutural, demandando inúmeras perspectivas e camadas de análises. Aqui, nos propomos a contribuir com uma parte desses estudos no campo da comunicação. Partindo do pressuposto de que a mídia é lócus privilegiado para o debate

público sobre democracia e cidadania, inclusive nos processos eleitorais, o objetivo deste trabalho é analisar a cobertura do segundo turno das eleições presidenciais de 2018 pela Agência Brasil (ABr)² para entender se a comunicação pública contribuiu com o desenvolvimento da consciência crítica do cidadão e a consolidação democrática do país. Em outras palavras, ao observar as características do jornalismo praticado pela ABr durante a cobertura eleitoral, busca-se compreender de que forma a comunicação pública no Brasil cumpriu alguns de seus objetivos previstos na Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, quais sejam:

- I - oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;
- II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;
- 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;
- IV - cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão; [...]

Para tanto, utiliza-se o aporte teórico da ciência política (SOUSA SANTOS, 2002; MIGUEL, 2019; MASCARO, 2018) e suas interfaces com a comunicação política (GUAZINA; PAULINO, 2015; PORTO *et al.*, 2020) e as políticas de comunicação para abordar o desequilíbrio do ecossistema midiático brasileiro (CARVALHO, 2019; GAMBARO, 2019) e a necessidade da valorização dos meios públicos para a construção democrática e cidadã (BECERRA; WAISBORD, 2015). O material empírico reúne conteúdos informativos publicados pela Agência Brasil entre os dias 8 e 27 de outubro de 2018 sobre os presidentiáveis Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. Metodologicamente, usou-se a análise temática de conteúdo para identificar se a ABr atendeu os requisitos previstos pelo *Manual de eleições 2014: diretrizes de cobertura jornalística* (EBC, 2014), último documento editado pela Empresa Brasil de Comunicação para esse fim. Entre os resultados encontrados, destaca-se o jornalismo “protocolar” praticado pela Agência, caracterizado por produções não colaborativas, pela limitada pluralidade e diversidade temática, regional e de fontes e centrado em abordagens de assuntos considerados factuais e polêmicos em detrimento das pautas voltadas às plataformas políticas dos candidatos, à ênfase nas minorias sociais ou ainda que valorizassem a democracia, a cidadania e os direitos humanos.

² Agência pública de notícias *on-line* gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), estatal idealizada em 2007 para ser o principal expoente do projeto de comunicação pública no país.

1 DEMOCRACIA E COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UM CONTEXTO NECESSÁRIO

Neste tópico, propõe-se analisar como a ausência de uma democracia sólida pode impactar o ecossistema comunicacional³ de uma nação. Além de contextualizar questões recentes sobre a EBC, gestora da Agência Brasil e parte deste estudo, a discussão é importante porque insere elementos teóricos que corroboram a inferência de que apenas um sistema público de comunicação sólido pode alcançar práticas jornalísticas efetivamente cidadãs, plurais e diferenciadas, inclusive na cobertura de processos eleitorais. Entender as dificuldades desse tipo de comunicação em sistemas não democráticos ou com democracias incipientes é sempre um desafio necessário na academia e torna-se ainda mais importante na atual conjuntura do Brasil.

O século XX foi um período de intensa disputa em torno da questão democrática, segundo Boaventura de Sousa Santos (2002). Nesse debate, surgiram alternativas ao modelo considerado liberal de democracia: participativa, popular e desenvolvimentista. Cada tipo seguiu as peculiaridades dos países em que foi adotado, sendo influenciado ainda pela existência ou não de experiências democráticas anteriores. Para o autor:

A democracia não constitui um mero acidente ou uma simples obra de engenharia institucional, a democracia constitui uma nova gramática histórica. [...] Trata-se de perceber que a democracia é uma forma sociohistórica e que tais formas não são determinadas por quaisquer tipos de leis naturais. [...] A democracia implica ruptura com tradições estabelecidas e, portanto, a tentativa de instituição de novas determinações, novas normas e novas leis. (SOUSA SANTOS, 2002, p. 51).

Ainda de acordo com Sousa Santos (2002), o Brasil foi um dos países cuja retomada da democracia, no início da década de 1980, se fez pela inserção de novos atores na cena política e a constituição do que o autor chama de uma nova “gramática social”. As três questões que pautaram essa retomada democrática no Sul global foram: 1) a relação entre procedimento e prática social, 2) o aumento da participação social e 3) a representação da diversidade cultural e social. A garantia da participação social na esfera pública foi uma das tônicas da Constituição Federal de 1988, que representou o lastro jurídico da retomada do Estado Democrático de Direito no Brasil. Essa retomada, no entanto, apesar de passar pelo que Boaventura pontuou como a “instituição de novas determinações, novas normas e novas leis”, não se deu necessariamente a partir de um processo real

³ *Ecossistema midiático* deriva dos estudos de ecologia das mídias ou *Media Ecology*, que tem como seu principal expoente Neil Postman, fundador da *Media Ecology Association*. Com base nos estudos seminais de McLuhan sobre a interação entre as pessoas e os meios de comunicação, o conceito se desenvolveu na década de 1970. Recentemente, a expressão foi revisitada e ressignificada por vários autores, principalmente com a consolidação da internet e o surgimento de novas interações e de um novo ecossistema. O termo refere-se, portanto, “não apenas ao estudo dos meios de comunicação e dos canais de modo exclusivo, mas da forma como diferentes elementos em uma sociedade se combinam no processo comunicacional” (GAMBARO, 2019). O conceito pode ser também encontrado nas obras de Canavilhas (2016), Rovai (2018) e Strate (2004).

de ruptura, mas de acordos e arranjos políticos, dos quais a Lei da Anistia é um exemplo, pois garantiu a não punição dos agentes do Estado pela prática de diversas violações de direitos humanos no período da ditadura civil-militar (CARVALHO; CABRAL, 2019).

Podemos dilatar o argumento para o campo da radiodifusão, considerando a inclusão da demanda pela complementaridade dos sistemas público, privado e estatal⁴, presente no artigo 223 da Constituição Federal, como fruto direto desse momento do Brasil em que a participação social passa a ser tônica das políticas e o passaporte para a retomada da democracia. Mesmo assim, foi árdua a batalha para que o texto constitucional incorporasse alguma previsão de regulação das comunicações com potencial para atender demandas por um sistema de mídia mais equilibrado, plural e representativo, crucial para a solidez democrática. A luta foi contemplada apenas parcialmente, após muita articulação e pressão de movimentos e atores sociais vinculados às bandeiras de democratização da comunicação.

Contudo, e como ocorreu em outros setores, as novas orientações normativas não foram suficientes para promover rupturas efetivas ou instaurar mudanças estruturais no ecossistema midiático nacional, reconhecidamente marcado pela hegemonia de poucos grupos comerciais, que mantêm sua influência mesmo com a ascensão da internet nas últimas décadas. Os impactos dessa concentração midiática são amplamente pesquisados pelos estudos em políticas de comunicação. Para este artigo, é relevante resgatar a razão de ser do serviço público de radiodifusão, que, em vários países do mundo, é compreendido como importante pilar para o equilíbrio democrático por ser o contraponto às atuações mercadológicas e governamentais, cujos interesses específicos não raramente impõem limites à priorização do interesse público. A missão básica dos veículos públicos é educar, informar e entreter com qualidade e diferenciação, de forma autônoma e independente de compromissos políticos ou econômicos, observando a pluralidade e diversidade de conteúdos para atender universalmente todos os públicos, inclusive os negligenciados pelas modalidades midiáticas “tradicionais”. Dada sua importância, experiências internacionais mostram que durante muito tempo o serviço público de radiodifusão operou em sistemas de monopólios, protegidos por lei (GUAZINA, PAULINO, 2015). Na contramão, a comunicação pública no Brasil ainda é incipiente e constantemente ameaçada.

Entre os casos emblemáticos, citamos o abismo temporal de 20 anos entre a promulgação da Constituição Cidadã e a criação de uma empresa em âmbito federal que se ocupasse de uma

⁴ A complementaridade é apenas uma das lacunas inerentes ao ambiente político-institucional do setor de radiodifusão no Brasil, que Miola (2012) descreve como incongruente, anacrônico (cujas práticas precedem a regulamentação) e regido por princípios vagos ou sem normatização infraconstitucional. Além disso, persiste a falta de atualização do arcabouço normativo que orienta a radiodifusão, bem como observa-se uma deficiente fiscalização da prestação dos serviços (GOMIDE; HAJE, 2012).

comunicação efetivamente pública, complementar à comercial e diferente das iniciativas estatais já existentes voltadas à comunicação governamental, que em alguns momentos cumpriram papéis que deveriam ser exercidos pela comunicação pública, mas que visivelmente encontraram limites em sua dependência financeira dos governos. Os exemplos locais ou regionais que flertaram com a possibilidade de inserir elementos de mudança nesse cenário nunca alcançaram independência financeira, autonomia política e legitimidade social suficientes para obter solidez institucional e consequentemente manter ou ampliar projetos considerados de sucesso.

Em âmbito federal, a incumbência de preencher essa lacuna foi depositada na Empresa Brasil de Comunicação (EBC), a gestora da Agência Brasil. Sua criação (pela Lei nº 11.652/2008) até hoje é compreendida como a mais importante resposta, ainda que tardia, para minimizar o desequilíbrio estrutural do setor de radiodifusão no país, pois regulamentou parte do artigo da Constituição Federal que trata do sistema público como modalidade a ser observada nas concessões de rádio e TV e, por meio do diálogo normativo-institucional com os princípios basilares da comunicação pública, resgatou conceitos caros à construção de um Estado Democrático de Direito. A legislação que instituiu a EBC preserva, por exemplo, valores como: participação e inclusão social, pluralidade de fontes e diversidade de conteúdo, autonomia em relação ao governo federal, oferta de mecanismos para debate público de temas relevantes, desenvolvimento da consciência crítica do cidadão, promoção da cidadania, direito à informação, à comunicação, à livre expressão e à criação, dentre outros.

A contribuição para o fortalecimento e a consolidação da democracia brasileira, dessa forma, é um elemento fundante da Empresa Brasil de Comunicação. Avaliar como os veículos geridos pela EBC cumprem tal missão – um dos objetivos deste artigo – passa necessariamente pela compreensão de aspectos históricos e estruturais dessa instituição, desde sua formação à crise atual. É o que apontaremos no próximo tópico.

2 EBC: DA CRIAÇÃO AO DESMONTE

O sistema de radiodifusão no Brasil caracteriza-se por dupla tradição histórica. De um lado, a hegemonia da atuação corporativa mercadológica que dita as lógicas de funcionamento do setor. Do outro, um sistema público de comunicação frágil e incipiente, formado em sua maioria por emissoras vinculadas a estruturas de governos, universidades ou fundações que tiveram pouco respaldo de políticas públicas sólidas que garantissem sua sustentabilidade financeira, que

fortalecessem seus mecanismos de transparência e de prestação de contas ou ainda que ampliassem sua capilaridade social.

Essa conjuntura, similar em toda a América Latina, pareceu ganhar novos rumos nos anos 2000, quando, em vários países, a ascensão de governos considerados mais progressistas iniciou mudanças nos modelos institucionais de comunicações, incluindo novas políticas públicas voltadas ao fortalecimento do papel do Estado no setor de radiodifusão (GERALDES *et al.*, 2012). A criação da EBC⁵, em 2007, integrou esse movimento, impulsionado em grande medida pela pressão social feita por grupos civis em defesa da democratização da comunicação.

A nova empresa pública formou-se a partir de arranjos já existentes no âmbito do Executivo federal, com a incorporação de estruturas, patrimônio e veículos geridos tanto pela estatal Radiobrás (responsável pela Rádio Nacional da Amazônia, Nacional AM e FM de Brasília, Nacional AM do Rio de Janeiro, Nacional do Brasil, TV NBR, Agência Brasil, além de serviço de rádio via satélite) quanto pela Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp), organização social que administrava as outorgas das rádios MEC AM e FM do Rio de Janeiro, TVE do RJ e TVE Maranhão (DUARTE, 2019). Heranças distintas, uma educativa e outra governamental, agora imbuídas pelo espírito de mídia pública institucionalizado pela Lei nº 11.652/2008.

Ao longo de seus 12 anos, tempo histórico considerado curto para alcançar a maturidade institucional necessária a qualquer entidade que se propõe a ser referência em sua área de atuação, a EBC trouxe avanços para a construção de um sistema público, não governamental, de comunicação. Ao menos no ciclo inicial, de criação e implementação da EBC, houve considerável investimento em infraestrutura, na profissionalização do corpo técnico, na articulação para atuação em rede e na busca por qualidade, diversidade e pluralidade de conteúdos. Além disso, foram significativos os esforços para estabelecer parâmetros mínimos de participação e de controle social internos e externos à estrutura organizacional, como é o caso da atuação da Ouvidoria e do Conselho Curador da EBC⁶, instâncias que garantem voz ao cidadão e que zelam pela autonomia administrativa e editorial da Empresa. A lei e a própria Empresa Brasil de Comunicação tornaram-se a principal referência do modo de fazer comunicação pública no Brasil, cujo modelo normativo e institucional inspirou e fortaleceu, pela característica de atuação em rede, outros veículos de mesma natureza, estabelecendo

⁵ Com base na definição proposta por Saravia (2007), na qual a política pública é entendida como “fluxo de decisões públicas, orientado a manter o equilíbrio social ou a introduzir desequilíbrios destinados a modificar essa realidade” (p. 28), este artigo considera a criação da EBC como a mais significativa política pública de âmbito federal efetivamente implementada com o objetivo de regulamentar e fortalecer a comunicação pública no país.

⁶ Órgão colegiado formado por 22 membros representantes dos poderes Legislativo e Executivo, da sociedade civil e da própria EBC, que tinha como atribuição zelar, opinar e deliberar sobre os princípios, objetivos e linha editorial da EBC.

parâmetros mínimos de funcionamento, participação e controle social e autonomia editorial e ampliando as possibilidades de sustentabilidade financeira.

Contudo, construir um sistema público efetivamente autônomo e independente, sobretudo das ingerências ou influências políticas, sempre foi um desafio no Brasil. A vinculação da EBC à Secretaria de Comunicação da Presidência da República, a dependência majoritária do orçamento contingenciável do Executivo federal e os consequentes conflitos e interferências decorrentes dessa relação de proximidade são alguns dos “vícios” existentes desde a origem do modelo de comunicação pública proposto pela EBC. A situação se tornou ainda mais grave e latente nos últimos cinco anos, pois as deficiências da democracia brasileira também reverberaram na Empresa Brasil de Comunicação.

Concomitantemente ao desgaste das instituições democráticas do país, a EBC vem sendo alvo de ameaças e ataques. Após a acirrada campanha eleitoral de 2014 e posteriormente, com as tensões que marcaram a deposição de Dilma Rousseff, a proximidade cada vez mais intensa entre a direção da Empresa e o Palácio do Planalto ocasionou um aumento da interferência política na gestão dos conteúdos de seus veículos. Com o afastamento e a confirmação do *impeachment*, as intervenções do governo federal junto à Empresa Brasil de Comunicação foram mais incisivas e diretas, cujo ápice foi a alteração em sua lei de criação, evidenciando ainda mais a fragilidade institucional da EBC e da comunicação pública brasileira.

Em síntese, a gestão Michel Temer (2016-2018) extinguiu o Curador da empresa, por meio da Medida Provisória nº 744, de 1º de setembro de 2016⁷, decretando o fim do principal mecanismo de participação e representação direta da sociedade na EBC, bem como da experiência mais plural e provavelmente mais eficaz de fiscalização e controle interno e externo da programação, linha editorial e gestão da empresa. A MP também passou a vinculação institucional da EBC para a Casa Civil e acabou com o mandato do diretor-presidente⁸, fragilizando a autonomia política e administrativa da empresa, pois o ocupante do cargo, além de ser indicado pelo chefe do Executivo federal, poderia ser demitido a qualquer tempo, por qualquer questão e sem qualquer justificativa.

Nota pública do Conselho Curador revela que as alterações normativas trouxeram uma significativa reordenação interna, com mudanças em áreas e chefias, realocação de repórteres, além

⁷ Convertida na Lei nº. 13.417, de 1º de março de 2017

⁸ Antes, embora a nomeação para o cargo também fosse de competência do presidente da República, o diretor-presidente da EBC possuía mandato fixo de quatro anos, não coincidentes com a gestão do chefe do Executivo, e só poderia ser demitido com base nas hipóteses previstas na lei. Com a alteração da legislação, a decisão de demitir o diretor máximo da EBC passa a ser exclusiva do presidente da República. Ilustrativamente, aponta-se que, em nove anos (de dezembro de 2007 a maio de 2016), a EBC teve quatro presidentes: Tereza Cruvinel, Nelson Breve, Américo Martins e Ricardo Melo. Após as mudanças (de maio de 2016 até a finalização deste artigo), a presidência foi ocupada por cinco indicados em quatro anos: Laerte Rimoli, Alexandre Parola, Luiz Antônio Ferreira, Alexandre Henrique Graziani Júnior e Luiz Carlos Pereira Gomes, sendo que os quatro últimos não têm formação na área de jornalismo ou comunicação social.

de ter havido denúncias de perseguição a trabalhadores, práticas de censura e ausência de transparência em decisões que envolvem diretamente os empregados (CONSELHO CURADOR, 2017). O documento aponta ainda para irregularidades administrativas e, em relação ao conteúdo dos veículos geridos pela EBC, alerta para o alto teor oficial/governista das pautas, matérias e programas. Outra tentativa de reduzir o escopo de atuação e o alcance da EBC durante a gestão Temer foi a inclusão da instituição em dois Programas de Demissão Voluntária, que “resultaram no desligamento de 353 pessoas, ou o equivalente a 14,2% dos trabalhadores”. (DUARTE, 2019, p. 55).

As últimas mudanças estruturais de ataque ao caráter público da EBC vieram com o presidente Jair Bolsonaro, que em momentos distintos manifestou publicamente seu desprezo pela instituição e pelo papel que ela cumpre. Em abril de 2019, a programação da TV Brasil (canal público gerido pela EBC) e da TV NBR (canal estatal responsável pela publicidade das ações do Executivo federal) foi unificada, movimento considerado inconstitucional e ilegal por organizações sociais e pesquisadores da área. Em maio de 2020, a Empresa Brasil de Comunicação foi incluída oficialmente no programa de privatizações do governo federal, processo que atualmente encontra-se na etapa de avaliação e análise. Em junho do mesmo ano, o governo Bolsonaro recriou o Ministério das Comunicações (Minicom), que passou a ser chefiado pelo deputado Fábio Faria (PSD-RN), radiodifusor e genro do também concessionário e apresentador de TV Silvio Santos⁹. Em mais uma ação inédita, Bolsonaro colocou a Secretaria de Comunicação da Presidência da República – órgão ao qual a EBC voltou a ser vinculada – no escopo do Minicom e, pela primeira vez em sua história, a EBC passou a ser vinculada ao referido Ministério. Existe uma expectativa de que o atual ministro mude o comando da Empresa, tirando-a das mãos dos militares. Não se sabe também se Faria dará continuidade ao projeto de privatização da empresa que se encontra em curso.

Apesar de ter claro que esse breve histórico faz-se necessário para compreender o processo pelo qual a Empresa passou e o contexto em que as reflexões deste artigo estão inseridas, não nos propomos a fazer uma análise direta sobre a influência desses fatos na cobertura jornalística em questão, visto que não lançaremos mão, por ora, da comparação com coberturas anteriores a esses acontecimentos. Focaremos em analisar se, durante as eleições de 2018, houve ou não a observância dos princípios e objetivos da comunicação pública.

O retrospecto dessa trajetória apresenta-se, no entanto, como elemento revelador de uma conjuntura mais ampla, importante para as reflexões teóricas que permeiam nosso objeto de estudo. No caso da comunicação pública brasileira, percebe-se que não houve tempo e talvez espaço

⁹ Conforme informações disponíveis em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/quem-quer-dinheiro-minicom-volta-a-ser-comandado-por-radiodifusor/>. Acesso em: 16 set. 2020.

suficientes para que se consolidasse um processo pleno de ruptura com as tradições até então estabelecidas e se instituíssem novas determinações nas relações entre mídia pública, mercado e Estado, dentro do que discute Boaventura de Sousa Santos (2002). Como pondera Carvalho (2019), uma democracia frágil é reflexo e fonte de instituições igualmente frágeis. Ou seja, a crise na democracia brasileira é uma crise das suas instituições e vice-versa.

Dessa maneira, a derrocada do mais robusto projeto de comunicação pública brasileiro, ainda em construção, não por acaso coincide com o momento em que governos e Estado enfrentam uma das maiores crises políticas da história (CARVALHO, 2019). Sem as mudanças estruturais necessárias para o fortalecimento da democracia brasileira, o principal expoente de comunicação pública do país, cuja sustentabilidade financeira depende do investimento estatal, continuará refém dos interesses do governo de momento e dos ataques dos setores comerciais.

3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA, JORNALISMO E ELEIÇÕES

A linha argumentativa exposta até aqui evidencia a correlação entre a comunicação e os regimes democráticos. O protagonismo da mídia pública (por definição vinculada à promoção de cidadania, educação, igualdade e democracia) no ecossistema midiático tem o potencial de colocar o cidadão no centro do debate público e também de fazer dele um produtor desse debate. Para dar continuidade a essas relações, que adquirem relevância particular durante os processos eleitorais, este tópico enumera características gerais que orientam a cobertura jornalística de uma mídia pública, elegendo a EBC como referência desse serviço no país. Tais diretrizes, consagradas internacionalmente como princípios, parâmetros de desenvolvimento midiático ou boas práticas para os meios públicos (BECERRA; WAISBORD, 2015), contemplam noções de cidadania, representatividade, objetividade, pluralidade, transparência e direitos humanos.

Como abordado no tópico anterior, a EBC é uma estatal vinculada ao Poder Executivo, responsável por gerir o serviço público de comunicação em âmbito federal. Atualmente, é formada pelo Portal EBC, TV Brasil, Radioagência Nacional, rádios MEC e Nacional¹⁰ e Agência Brasil, além de integrar a Rede Pública¹¹. Os veículos públicos geridos pela EBC, de acordo com a Empresa, produzem em média 80 matérias radiofônicas e outros materiais de áudios por dia, acessados por mais de 4.500 emissoras, oferecem uma grade televisiva com mais de 50 programas de entretenimento ou

¹⁰ Sistema formado por sete emissoras de rádio (Nacional FM Brasília; Nacional Brasília AM, Nacional Rio AM, Nacional Alto Solimões AM, Nacional da Amazônia, MEC FM Rio, MEC AM Rio) e duas retransmissoras (MEC AM Brasília e Nacional Alto Solimões FM).

¹¹ Rede formada por quatro canais de TVs universitárias e 11 emissoras de rádios ligadas a universidades federais e ao Exército Brasileiro.

jornalísticos e uma cobertura diária de acontecimentos nacionais e regionais nos seus portais de notícias na internet, subsidiando, inclusive, empresas privadas de comunicação, uma vez que a divulgação desses conteúdos é livre e gratuita, mediante os créditos da fonte de informação.

Constituídos sob o guarda-chuva da EBC, esses veículos compartilham valores, missões e uma cultura organizacional que orientam a produção de conteúdo. A Empresa afirma ter compromisso com a comunicação pública, praticar a “independência nos conteúdos, a ética, a transparência e a gestão participativa”, defender “os direitos humanos, a liberdade de expressão e o exercício da cidadania”, valorizar “as pessoas e a diversidade cultural e regional brasileira” e cultivar “a criatividade, a inovação e a sustentabilidade” (EBC, 2012).

De forma específica, a Agência Brasil (ABr) é o serviço *on-line* de notícias da EBC, mas existe há cerca de três décadas, tendo sido herdada pela Empresa com a incorporação da estatal Radiobrás. Segundo informações institucionais, a ABr “mantém, como todos os veículos da EBC, o foco no cidadão e prima pelo interesse público, honestidade, precisão e clareza das informações que transmite” (EBC, 2020). Para ilustrar o alcance da ABr, entre janeiro e abril de 2020, sua página na internet obteve 54 milhões de visualizações, sem contar as replicações de seus conteúdos por outros *sites*¹². A cobertura jornalística da Agência Brasil tem sua política editorial norteadada pelo *Manual de Jornalismo da EBC* (2013), que traz “a liberdade de expressão e o direito à informação como princípios fundamentais da democracia e coloca o jornalista como um servidor da sociedade”. (SOUZA, 2014, p. 26).

Em meio aos desafios pelos quais a EBC já vinha passando, principalmente desde o início dos ataques mais diretos ao seu marco regulatório e à sua estrutura de gestão e participação social, a eleição presidencial de 2018 representou um desafio à cobertura jornalística desempenhada pelos veículos da Empresa. Em um cenário polarizado, o segundo turno colocou frente a frente dois personagens e programas de governos distintos, com diferenças cruciais na condução da economia, segurança pública, educação e, também, da comunicação. De um lado, Fernando Haddad (PT) representava a continuidade dos 14 anos¹³ de governo do Partido dos Trabalhadores, em uma disputa de versões sobre as conquistas sociais e as denúncias de corrupção contra lideranças da agremiação. Do outro, Jair Bolsonaro (PSL), deputado federal que se colocou como *outsider* com um discurso moralista e de combate à corrupção ao mesmo tempo em que atacou minorias sociais. Este

¹² Cf.: COSTA, G. Agência Brasil completa 30 anos com destaque para prestação de serviço. *Agência Brasil*, Brasília, maio 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/agencia-brasil-completa-30-anos-de-prestacao-de-servico>. Acesso em: 18 jul. 2020.

¹³ Período que vai de 2002 a 2016, com dois mandatos de Lula e dois de Rousseff. De 2016 a 2018, Michel Temer assumiu a presidência após *impeachment* da presidenta.

presenciável, ainda durante o pleito, anunciou que extingiria a EBC, enalteceu a ditadura militar, homenageou Carlos Alberto Brilhante Ustra¹⁴ e hostilizou índios, negros, mulheres, LGBTQI+.

Nesse contexto, e perante o cenário de fragilidade institucional da própria EBC, avaliar a cobertura jornalística da Agência Brasil durante parte da campanha eleitoral pode nos oferecer elementos importantes para compreender se e de que forma a comunicação pública cumpre seus objetivos, sobretudo em momentos atípicos e de crise nos quais seu papel tenderia a adquirir maior relevância para a preservação do ambiente democrático.

4 FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS DO ESTUDO

Para a composição do *corpus*, foram pesquisadas as palavras-chave “Bolsonaro” e “Haddad” no campo de busca do site *agenciabrasil.etc.com.br* entre os dias 8 e 27 de outubro de 2018, período correspondente ao intervalo entre a confirmação do resultado do primeiro turno das eleições e a realização do segundo turno. Ao todo, foram encontradas 350 notícias que citam o nome dos presidencialistas (foram excluídas as matérias em que as palavras-chave não se referem aos candidatos, bem como aquelas que se referem apenas aos filhos de Jair Bolsonaro¹⁵). Optou-se também por não incluir na busca as palavras *PSL* e *PT*, partidos que disputavam a presidência, pois considerou-se que, embora as estruturas partidárias sejam cruciais no processo eleitoral, a análise do noticiário sem qualquer menção aos candidatos desviaria o foco da pesquisa ao abordar acontecimentos mais amplos do campo da política, que não necessariamente envolveriam o processo eleitoral. Dessa forma, o estudo concentra-se na análise de 297 inserções jornalísticas.

Estabelecido o *corpus*, construímos um banco de dados com os resultados de variáveis construídas com o auxílio metodológico da Análise de Conteúdo (AC) e com base no *Manual de eleições 2014: diretrizes de cobertura jornalística* (EBC, 2014). Considera-se a AC, ferramenta bastante trabalhada em pesquisas envolvendo materiais noticiosos, como um instrumento de validação e operação das unidades de análise, que permite identificar nas unidades de registro o “núcleo de sentido” (BARDIN, 2011, p. 35) das mensagens, possibilitando que o investigador observe as particularidades do fenômeno, seja pela ausência, seja pela regularidade de um evento.

Já a opção por adotar o *Manual de eleições 2014* como guia para a elaboração das categorias e do questionário de análise justifica-se por sua pertinência perante o *corpus*, considerando que este foi o último documento com essas características a ser produzido pela Empresa e entendendo que ele

¹⁴ Primeiro torturador a ser condenado no Brasil por crimes cometidos durante ditadura civil-militar.

¹⁵ Eduardo Bolsonaro foi eleito deputado federal por São Paulo com mais de 1,8 milhões de votos, enquanto Flávio Bolsonaro foi eleito senador no Rio de Janeiro com mais de 4,3 milhões votos.

traduz em critérios jornalísticos os princípios e objetivos da comunicação pública, em observância à Lei nº 11.652/2008 e a regimentos internos, como o *Manual de Jornalismo da EBC*.

Frisa-se que a cobertura das eleições de 2018 prescindiu de um manual próprio e atualizado para orientar os trabalhadores da EBC e as emissoras públicas parceiras. O referido processo eleitoral também foi o primeiro, em âmbito nacional, em que a EBC não contou com o Conselho Curador¹⁶ em sua estrutura organizacional. Portanto, considera-se que essa ausência de diretrizes é reflexo das mudanças ocorridas na Empresa desde 2016 e impactou tanto a orientação da cobertura jornalística quanto a relação entre Empresa e audiência, pois o cidadão deixou de ter acesso a um documento público, um dos mecanismos de *accountability* social esperados de uma empresa pública. A inexistência do manual e a não submissão de linhas editoriais à análise/aprovação de um órgão que represente a sociedade ainda atropelam diretrizes de participação social, fundamentais aos princípios da comunicação pública.

Segundo informações do documento produzido na eleição de 2014 e que foi aqui utilizado, o *Manual* foi construído de forma coletiva, com o objetivo de preservar: 1) objetividade; 2) isenção; 3) verdade dos fatos, sem partidarismos ou conteúdo promocional; 4) compromisso com a cidadania, os direitos humanos e a democracia; 5) expressão da diversidade social, cultural, regional, étnica; 6) pluralidade de ideias e de fontes de informação; e 7) observância de preceitos éticos (EBC, 2014). O protocolo de cobertura eleitoral prezava pelo equilíbrio e justiça, considerando a relevância dos personagens e a importância dos fatos e acontecimentos noticiáveis. Nesse sentido, estabelece como diretrizes editoriais: 1) cobertura temática, com o intuito de levar informações que permitam a reflexão sobre os grandes assuntos nacionais e regionais, especialmente sobre os temas que envolvem minorias sociais; 2) prestação de serviços, oferecendo informações de utilidade pública e conteúdos relativos aos direitos e deveres dos cidadãos; 3) espaço para eleições legislativas; e 4) protagonismo do cidadão, priorizando a interatividade, participação do público e o jornalismo colaborativo.

O *Manual*, dessa forma, serviu à época como referência ao trabalho dos profissionais, estabelecendo parâmetros sobre prática profissional, questões éticas e abordagem de determinados temas, como direitos humanos, e definindo os princípios, valores e objetivos da cobertura jornalística desenvolvida pelos veículos que fazem parte da EBC, bem como dos veículos afiliados ou parceiros. Nesse sentido, funcionava não só como diretriz, mas também como dispositivo de análise das coberturas, o que nesta respectiva pesquisa representa um olhar para os princípios estabelecidos que reforçam o ideal de uma comunicação pública. Esse ideal, por sua vez, é ratificado pelo próprio

¹⁶ O Conselho Curador, extinto em 2016, também era responsável por aprovar diretrizes específicas, como os manuais das eleições, produzidos ou revisados a cada cobertura eleitoral, que serviam como linha editorial para que o trabalho das equipes da EBC e das emissoras que compunham a rede refletissem os propósitos da comunicação pública.

Manual de Eleições 2014, ao enumerar os objetivos da cobertura jornalística durante a campanha eleitoral.

- Oferecer informações que valorizem a democracia, promovam o exercício do direito ao voto e a melhor compreensão do funcionamento do sistema político-eleitoral federativo brasileiro.
- Oferecer informações em toda a programação dos veículos – Agência, Rádio, TV e Web, que ultrapassem a cobertura convencional e contribuam para a elevação do nível de conhecimento sobre o sistema político.
- Oferecer oportunidades de debate e discussão dos temas de interesse público nos telejornais, radiojornais, *sites*, mídias sociais e aplicativos contribuindo para que o cidadão reúna elementos para formar sua própria opinião e possa participar da eleição com liberdade e responsabilidade, assegurada a expressão de ideias, opiniões e pontos de vistas divergentes.
- Oferecer um conjunto de informações que permita ao cidadão conhecer o processo eleitoral, seus desdobramentos bem como as ferramentas e mecanismos que podem ser utilizados na definição de seus candidatos. (EBC, 2014, p. 3).

Assim, tendo como base os princípios da lei de criação da EBC, e os manuais de *Jornalismo* e de Eleições de 2014, foram elaborados três conjuntos de variáveis: 1) referência; 2) marcas de produção e apuração; e 3) princípios e valores (ver quadro 1). As referenciais (data e título) são aquelas unidades de sentido que identificam o noticiário. Sua principal função é demarcar a localização das notícias para que o pesquisador possa retomar o objeto de análise. O segundo item trata da categorização das práticas jornalísticas. Aqui, assinalam-se o formato (nota, notícia, reportagem ou entrevista), o tipo de produção (individual ou colaborativa), a origem da matéria (da própria Agência Brasil ou em parceria com outros veículos), o enfoque (candidatos ou outros assuntos relacionados à eleição) e a cidade onde o conteúdo foi produzido. Ressalta-se que o local de produção da matéria permite entender a regionalização da cobertura, um dos princípios do *Manual*.

Na categoria princípios e valores, verifica-se como a ABr trata as temáticas pautadas durante o processo eleitoral, em especial aquelas que envolvem temas polêmicos e minorias sociais. Nesse grupo, encontram-se variáveis como temática, plataforma de campanha, polêmica e ataques e quantidade de fontes consultadas, o que permite mensurar o núcleo de sentido dos conteúdos expostos nas matérias. O conjunto ainda busca identificar aquelas notícias que informam sobre assuntos que envolvem grupos marginalizados e invisibilizados ou a democracia, observando o enquadramento e, principalmente, a problematização realizada em torno de possíveis ataques a minorias.

Quadro 1 – Síntese das categorias de análise e sua correlação com o *Manual de Eleições* da EBC

Categoria	Questões norteadoras para a coleta de dados	<i>Manual de Eleições 2014</i>
Marcas de produção e apuração	Formato jornalístico <ul style="list-style-type: none">○ Nota○ Notícia○ Reportagem○ Entrevista	Com exceção de orientações específicas para as entrevistas com os candidatos, não há previsão no <i>Manual</i> sobre o formato jornalístico das produções. Entretanto, o mapeamento dessas características permite inferir se os conteúdos – por sua profundidade, diversidade ou diferenciação do perfil usual

		praticado pelos grandes veículos comerciais de comunicação – conseguem se aproximar da missão pública de contribuir para a formação crítica do cidadão.
	Tipo de produção <ul style="list-style-type: none"> ○ Individual ○ Colaborativa 	<p>“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.” (EBC, 2014, p. 5).</p> <p>“Com foco no interesse do cidadão, a Agência Brasil fará sua cobertura em parceria com os demais veículos da EBC e com empresas parceiras que mandarão informações dos estados onde estão sediadas.” (EBC, 2014, p. 11).</p> <p>“Ainda que os candidatos sejam os atores principais da campanha eleitoral, o jornalismo da EBC discutirá os temas de interesse do cidadão.” (EBC, 2014, p. 5).</p>
	Origem da matéria <ul style="list-style-type: none"> ○ Agência Brasil ○ Parceria com outros veículos 	
	Cidade onde o conteúdo foi produzido	
	Enfoque da matéria <ul style="list-style-type: none"> ○ Candidatos ○ Outros assuntos relacionados à eleição 	
Princípios e valores	Temática predominante <ul style="list-style-type: none"> ○ Agenda do candidato e rotinas eleitorais ○ Pesquisas eleitorais ○ Serviço ao cidadão ○ Plataforma de campanha ○ Assuntos atuais e/ou polêmicos ○ Ataque ou denúncias em relação ao candidato adversário ○ Apoio político ao candidato ○ Crítica política ao candidato 	<p>“A prioridade da cobertura dos veículos da EBC será temática, com informações e elementos que levem o telespectador, ouvinte, leitor e internauta a refletir sobre os grandes temas da agenda nacional, regional e local que afetam sua vida e o futuro do país e das regiões.” (EBC, 2014, p. 4).</p> <p>“Planejamento e organização da infraestrutura da EBC para a realização de uma cobertura eleitoral que vá além do registro da agenda dos candidatos ou da prestação de serviços sobre o voto.” (EBC, 2014, p. 11).</p> <p>“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).</p> <p>O <i>Manual</i> também destaca orientações específicas para o tratamento jornalístico em relação a entrevistas, pesquisas eleitorais e denúncias e acusações entre candidatos (EBC, 2014, p. 6-7), por isso tais elementos foram incluídos no questionário de coleta das informações.</p>
	No caso de plataforma de campanha, aborda: <ul style="list-style-type: none"> ○ Saúde ○ Educação ○ Segurança, violência ou drogas ○ Economia, emprego ou trabalho ○ Políticas sociais ou de transferência de renda ○ Estruturas políticas: partidos, Poderes, instituições ou corrupção ○ Meio ambiente ○ Direitos Humanos ○ Comunicação ○ Outro 	<p>“Com foco nas discussões e debates de saúde, educação, mobilidade, segurança, moradia, questão agrária, agricultura familiar e direitos humanos. E também o peso dado pelos candidatos nos respectivos planos de governos às questões relacionadas com as minorias, direito e acesso à comunicação, bem como as políticas de trabalho e renda, e pequenas e médias empresas.” (EBC, 2014, p. 4).</p> <p>“O cidadão também deve ser informado sobre o papel do Executivo e do Legislativo federal e estadual na gestão, aplicação e fiscalização das políticas públicas.” (EBC, 2014, p. 4).</p>
	No caso de assuntos atuais e/ou polêmicos, aborda: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aborto 	<p>“Enfrentamento por parte da mídia pública de questões polêmicas e de grande interesse público; aborto, drogas,</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Drogas e violência ○ Sistema e população carcerária ○ Minorias sociais ou maiorias invisibilizadas ○ Criminalização de demandas de movimentos sociais e da juventude ○ Outros 	<p>políticas econômicas que promovam a mudança no modelo de desenvolvimento.” (EBC, 2014, p. 13).</p> <p>“Atenção será dedicada às minorias e segmentos sociais específicos, como as pessoas com deficiência, os presidiários com direito a voto, os índios, os quilombolas, os jovens entre 16 e 18 anos e os moradores de regiões remotas. A questão de gênero também será priorizada e discutida tendo em vista a pouca participação feminina na política partidária brasileira.” (EBC, 2014, p. 4).</p>
	<p>Pluralidade e diversidade</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Número de fontes citadas ○ Ênfase a grupos minoritários (mulheres; questões raciais e/ou étnicas; população LGBTQI+; pessoas com deficiência; segmentos marginalizados) 	<p>“Ter como fonte referencial a sociedade civil organizada.” (EBC, 2014, p. 13).</p> <p>“Não criminalizar as demandas e reivindicações dos movimentos sociais, em particular da juventude.” (EBC, 2014, p. 13).</p>
	<p>Ênfase específica sobre temas relacionados a democracia, cidadania e/ou direitos humanos</p>	<p>“Priorizar a construção de uma nova narrativa para as campanhas eleitorais colocando foco nos grandes temas, com destaque para a cidadania [...] e não na disputa partidária.” (EBC, 2014, p. 13).</p>

Fonte: Elaborado pelos autores com base no *Manual de Eleições* (EBC, 2014).

Pondera-se que a análise deste artigo pautou-se pela construção de indicadores e categorias norteados por diretrizes fundantes situadas em um contexto de pleno funcionamento dos órgãos de controle externo e de participação social na Empresa, isto é, elaborados durante determinado momento institucional (2014) em que a EBC era respaldada por mecanismos organizacionais capazes de zelar pelos propósitos da comunicação pública.

5 RESULTADOS E ANÁLISES

No dia 7 de outubro, aproximadamente 130 milhões de brasileiras e brasileiros foram às urnas no primeiro turno da eleição presidencial de 2018. Com quase 50 milhões de votos (46,03% dos válidos), Jair Bolsonaro liderou e foi ao segundo turno com o candidato petista, Fernando Haddad, que obteve mais de 31 milhões de votos (29,28% dos válidos). Conforme antecipamos, o centro da disputa eleitoral – e conseqüentemente de sua cobertura jornalística – se deu a partir de candidatos antagonistas e com programas de governo opostos.

A partir dos conteúdos analisados por este artigo, nota-se que a cobertura eleitoral do segundo turno das eleições presidenciais pela Agência Brasil priorizou a figura dos candidatos. Em 71,7% das 297 matérias, a notícia tinha como foco ambos ou determinado candidato, sendo Bolsonaro a referência predominante em 88 inserções (29,6%), enquanto Haddad foi a figura central de 59 (19,9%). O dado indica a maior exposição midiática do candidato do PSL, mesmo no segundo turno eleitoral, quando o atentado à vida de Bolsonaro – que naturalmente o colocou no centro do noticiário

– já não era a agenda principal dos meios de comunicação. Já em 28,3% das ocorrências observadas, a matéria se concentrava em abordar outros aspectos políticos, citando os presidenciáveis apenas como forma de contextualização. Nesse último quadro, observou-se a predominância de conteúdos relacionados aos resultados do primeiro turno e seus desdobramentos no Congresso Nacional e nos estados. É o caso da matéria do dia 18 de outubro, “Em crescimento, bancada evangélica terá 91 parlamentares no Congresso”, que retrata a nova configuração de uma frente conservadora no parlamento.

Minoritariamente, há ainda matérias que tratam de assuntos que não compõem diretamente a campanha dos presidenciáveis, mas que são lançadas para o centro do cenário eleitoral ao indicar a relação indireta dos candidatos a acontecimentos políticos, sociais ou jurídicos. Publicado no dia de 20 de outubro, o texto “Polícia do Paraná apura se denúncia de estupro teve motivação política” reporta-se à denúncia de uma mulher transexual que teria sido estuprada por um grupo de garotos. A motivação estaria relacionada ao uso do adesivo #Elenão pela mulher, mote de um movimento contrário à candidatura de Bolsonaro.

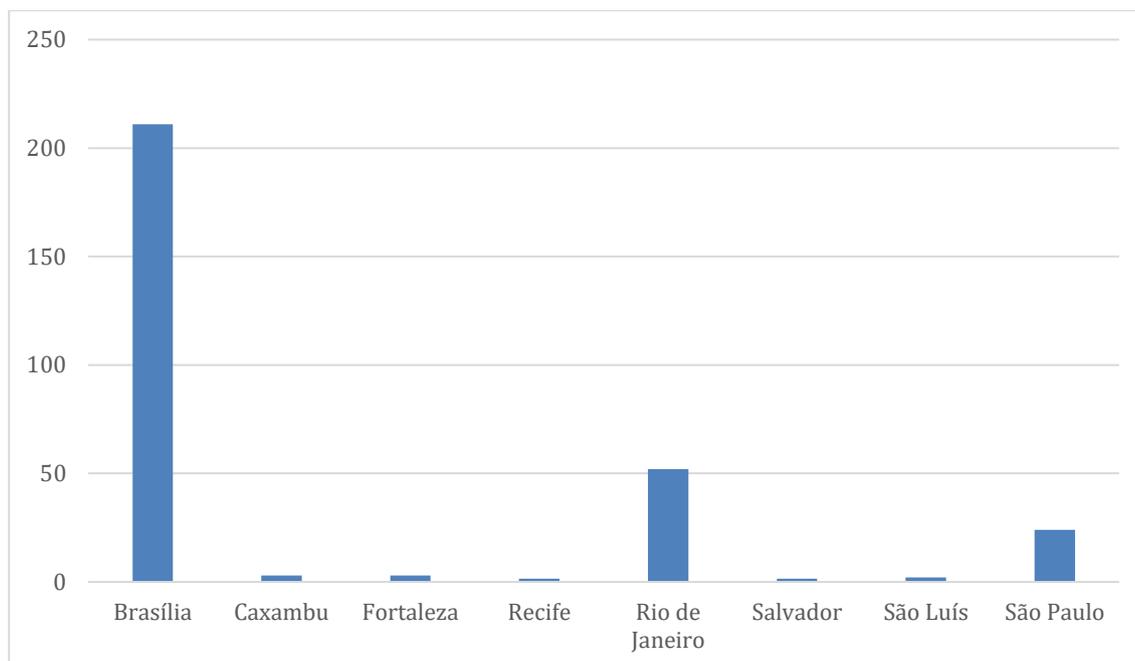
As publicações da ABr compartilham, no geral, um padrão de formato e autoria. Em 90,6% dos casos, a matéria jornalística se enquadra na classificação “notícia”, enquanto 7,7% são “notas” e 0,7% categoriza-se como “reportagem”. As notícias, segundo Lage (2008), são textos informativos que têm como objetivo noticiar os acontecimentos factuais, diferenciando-se da reportagem, que preza por um conteúdo mais profundo, com uma pluralidade de informações e fontes. A nota é um texto ainda mais curto que apresenta as informações básicas de um fato ou evento. Reitera-se que, ao adotar o padrão de uma cobertura que prioriza textos cuja função primeira é informar sobre determinado fato atual e não necessariamente aprofundar ou exercer uma discussão mais complexa sobre o tema, a ABr cumpre seu papel de “agência de notícias”. Por outro lado, a irrelevante quantidade de reportagens (apenas cinco no total) sugere um déficit de abordagens que – por sua profundidade, diversidade ou diferenciação do formato usual praticado pelos grandes veículos comerciais de comunicação – consigam se aproximar da missão pública de contribuir para a formação crítica do cidadão.

Em relação ao tipo de produção, individual ou colaborativa, constata-se que em 85,2% do total de ocorrências a matéria é assinada por um único autor. Em 14,8%, os conteúdos assinados foram colaborativos, sendo a grande maioria produzida por veículos e profissionais da EBC ou em parceria com outras emissoras públicas ou privadas. Em “Atos pró-Bolsonaro levam apoiadores a diversas cidades do país”, do dia 21 de outubro, Vinícius Lisboa, Karine Melo e Flávia Albuquerque fazem uma parceria entre a sede em Brasília e a sucursal no Rio de Janeiro. Em outros casos, a matéria

é construída com apoio de veículos externos à Agência, como na notícia do dia 22 de outubro, “Com crítica política, animação brasileira é destaque em festival”, elaborada a partir de informações da Agência EFE. O número reduzido de parcerias pode ser explicado pela concentração dos trabalhos em Brasília, ainda que as bases eleitorais dos candidatos sejam em São Paulo e no Rio de Janeiro e a Empresa conte com sucursais nessas cidades.

Quanto à regionalização, 71% das matérias são assinadas por profissionais localizados no Distrito Federal, 17,5% por colaboradores da capital fluminense e 8,1% por jornalistas do município paulista. Para além da logística e das dinâmicas organizacionais, a concentração da cobertura nas capitais apresenta-se como potencial reflexo de uma prática jornalística protocolar, reproduzida de dentro da redação e sem vínculo regional, contrariando um dos princípios editoriais preconizados pelo *Manual de eleições de 2014*. O gráfico 1 indica uma cobertura composta por três estágios: 1) predominância de notícias produzidas pela sede em Brasília; 2) conteúdos advindos das cidades bases das campanhas dos dois presidentiáveis e onde a EBC tem redações; 3) em raras exceções, cobertura de fatos *in loco* em municípios que fogem do eixo Brasília-Rio-São Paulo. Destas, foram produzidas três notícias em Fortaleza, duas em São Luís, uma no Recife e outra em Salvador, todas essas cidades localizadas no Nordeste. No Sudeste, contabilizaram-se três matérias assinadas em Caxambu, durante o evento anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs).

Gráfico 1 – Local de produção da matéria

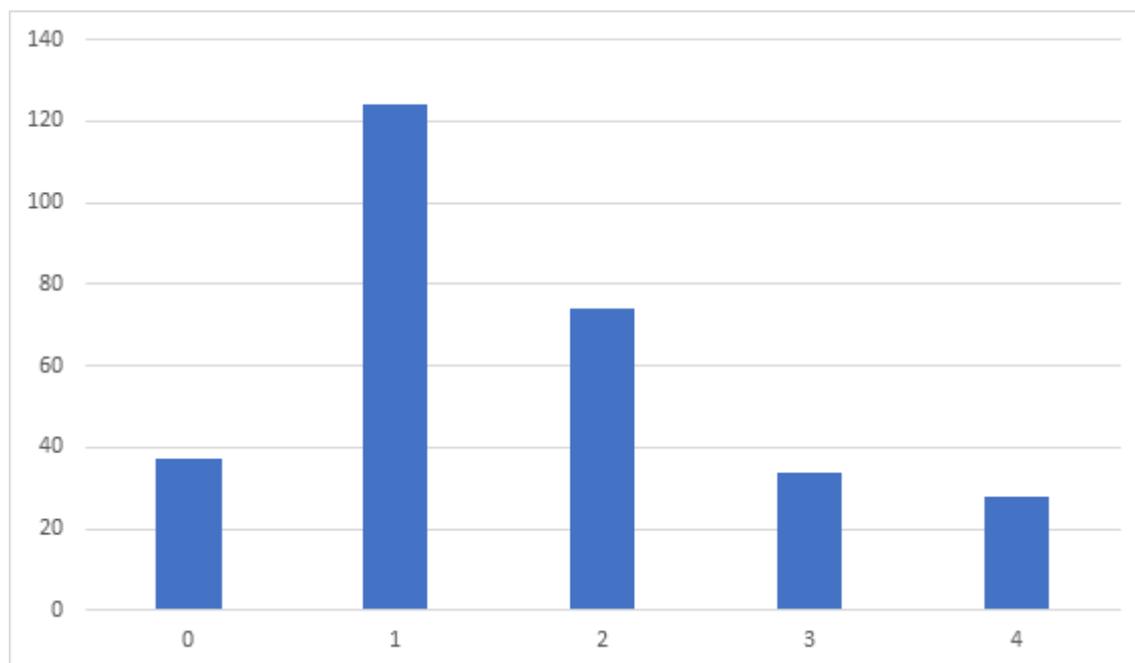


Fonte: Elaborado pelos autores.

Pode-se inferir dos dados e observações que a ABr não promove uma cobertura profunda, espessa e com maior abrangência. A agência desenvolve um padrão de jornalismo que prioriza as temáticas nacionais do próprio cenário eleitoral e que marginaliza os assuntos sociais, econômicos, culturais com implicância regional, o que contraria o *Manual de eleições* e a própria lei de criação da EBC. Observa-se que mesmo matérias assinadas fora do eixo Brasília-Rio-São Paulo tendem a retratar a eleição em uma perspectiva nacional, como é o caso das notícias feitas em Caxambu, “Intelectuais temem fragilidade política em eventual governo Bolsonaro” e “Cientistas sociais mostram preocupação com financiamento de pesquisa”, ambas de 24 de outubro, e “Comportamento de eleitor e método explicam imprecisão de pesquisas”, publicada no dia 23.

O jornalismo protocolar desempenhado pela agência produz ainda uma cobertura “acomodada”. Assinada em Brasília, a notícia “Bolsonaro e Haddad fazem campanha no Rio” consiste no anúncio das agendas dos presidenciáveis, com uma declaração de determinado candidato e sem informações que agreguem qualidade ao debate sobre assuntos relevantes ao processo eleitoral. A matéria, que poderia ter sido produzida pela sucursal no Rio de Janeiro, reproduz informações de fácil acesso nos *sites* oficiais, perdendo o protagonismo na promoção da pluralidade de ideias e fontes, em oposição ao que está estabelecido no *Manual de eleições*.

Gráfico 2 – Número de fontes consultadas



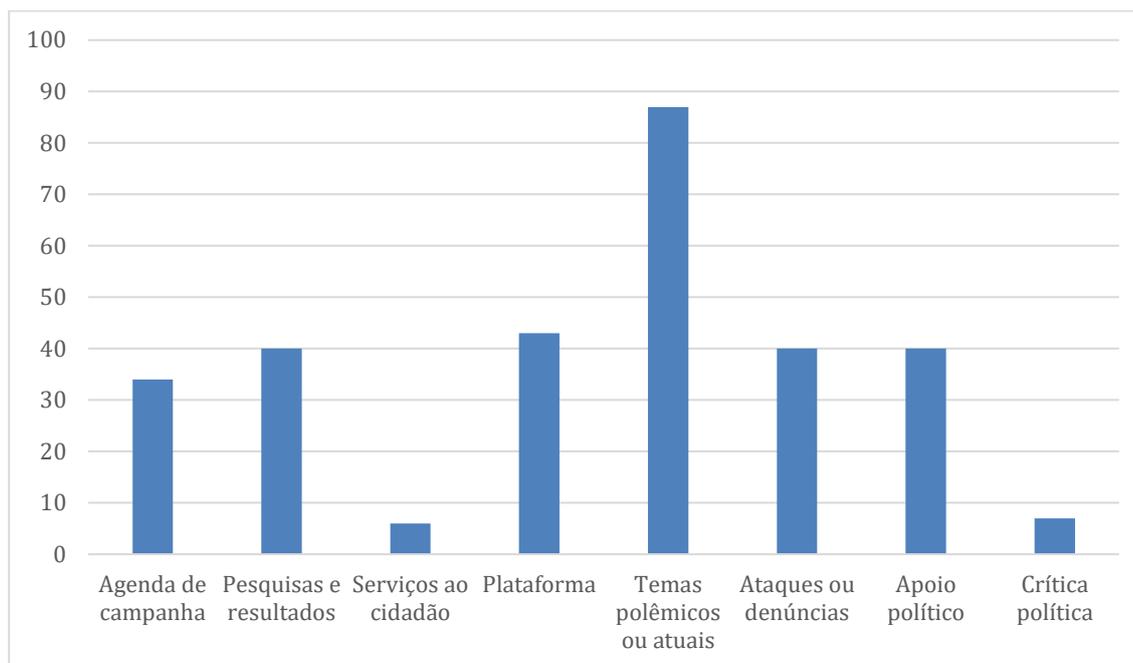
Fonte: Elaborado pelos autores.

Outro elemento que confronta os princípios da comunicação pública é a pouca diversidade de opiniões em uma mesma matéria, reconhecida pela escassez de fontes consultadas pela ABr. Do total das matérias, 12,5% foram construídas sem o uso de nenhuma fonte e 41,8% com apenas uma. Isto é, mais da metade do noticiário é baseada em declaração ou informação originada de, no máximo, uma pessoa ou documento. Em 24,9% das inserções, foram identificadas duas fontes; em 11,4%, três; e em 9,4%, mais de quatro. O uso de fontes funciona como mecanismo de credibilidade e multiplicidade de versões e opiniões sobre um mesmo fato. Especialmente numa corrida eleitoral, em que o propósito é o debate de programas de governo e políticas públicas, a variedade de fontes tem o potencial de blindar a prática de um jornalismo declaratório, baseado nas falas de poucos indivíduos, normalmente, na figura de presidenciáveis ou lideranças políticas.

A Agência, em 40,4% das matérias, consultou como fonte primária pelo menos um dos dois presidenciáveis. Em 27% do total, apresentou outros atores políticos. As fontes jurídicas, em especial personagens diretamente ligados aos tribunais eleitorais, estiveram presentes em 19,5% dos textos publicados, enquanto 14,1% deles contou com a opinião de especialistas. Os movimentos sociais foram ouvidos em 3% dos casos, o que representa apenas nove notícias. São exceções as matérias que fogem dos comícios e das cortes para ir às ruas – como em “Mulheres fazem ato pelo país contra Bolsonaro e pela democracia”, do dia 20 de outubro –, indicador de divergência entre as práticas e a linha editorial da Empresa, que diz prezar pelo protagonismo do cidadão.

Orientado pelos princípios da comunicação pública, o *Manual de Eleições* da Agência não é seguido à risca. Como observado no gráfico 3, temas como plataforma de campanha e serviços aos cidadãos não são predominantes, principalmente se comparado com assuntos polêmicos que permearam a corrida presidencial.

Gráfico 3 – Temática geral das matérias

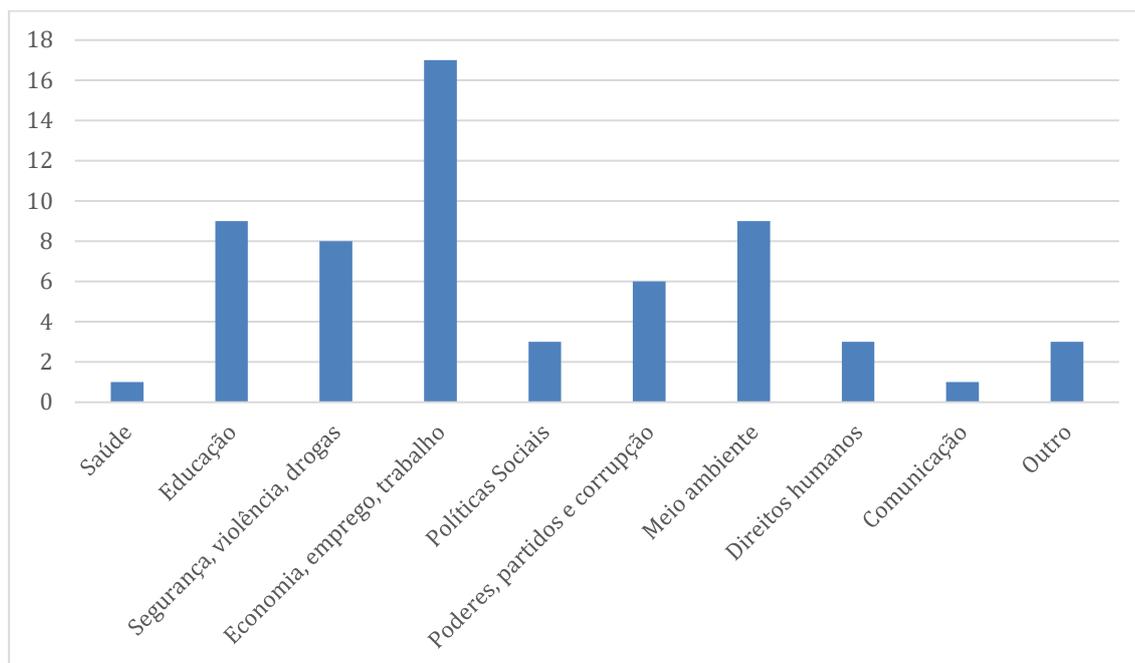


Fonte: Elaborado pelos autores.

Representando 29,3% do total das matérias jornalísticas, os temas polêmicos ou atuais dominaram a cobertura eleitoral. Em segundo lugar, encontra-se a discussão das plataformas – 14,5%, o que representa cerca de metade da quantidade de matérias relativas à primeira temática –, seguida das abordagens de pesquisas e resultados, apoio político e ataques ou denúncias em relação ao candidato adversário, com 13,5% cada. A agenda de campanha e as rotinas eleitorais foram o foco de 11,4% das matérias, enquanto questões envolvendo crítica política e serviço ao cidadão nas eleições apareceram em 2,4% e 2% das publicações, respectivamente.

O compromisso com a cidadania e com o exercício de um jornalismo que promova o debate público exige um olhar atento aos programas de governo e políticas públicas que atendam as demandas da sociedade. Nesse sentido, a cobertura da ABr deixa em segundo plano as plataformas de campanha, em especial políticas que tratam de saúde, comunicação e direitos humanos. Entre as 60 notícias que tratam dessas temáticas (60% do total), o veículo priorizou as pautas relativas a emprego, economia e trabalho – quase 30% do total –, seguidas por educação (15%), segurança (15%) e meio ambiente (14%). Na outra ponta, saúde e comunicação foram pautas de uma matéria cada, enquanto direitos humanos, tema central nas eleições, foi foco de outras três.

Gráfico 4 – Temáticas abordadas nas matérias sobre plataformas de campanha



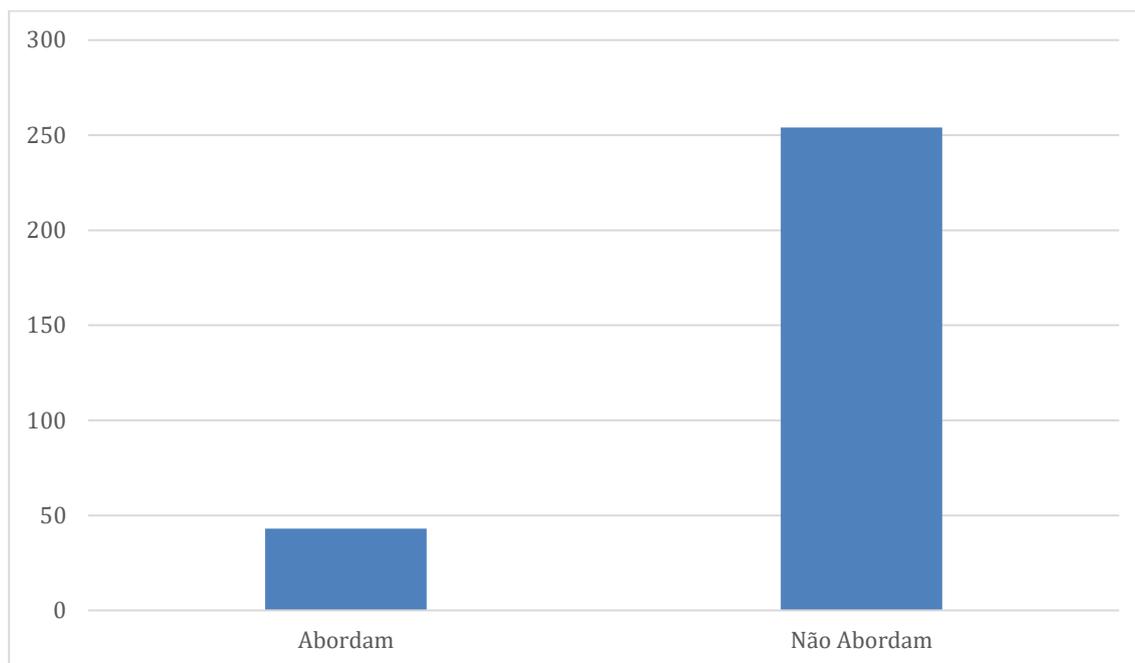
Fonte: Elaborado pelos autores.

Publicado no dia 23, “Bolsonaro e Haddad divergem sobre Mais Médicos e SUS” é um dos poucos casos em que a Agência cumpriu o papel de mover as propostas de governo para o debate público. Nesse caso, a repórter Paula Laboissière consultou os planos de governo para apresentar as diferenças entre as propostas de cada candidato para o Sistema Único de Saúde.

Já a única matéria encontrada que se refere à temática “comunicação” trata-se de uma resposta de Jair Bolsonaro às acusações sobre *fake news*, em que o candidato diz defender a liberdade de imprensa e expressão. A matéria, intitulada “Alvo de protestos, Bolsonaro defende liberdade de expressão”, foi publicada no dia 20.

O número escasso de matérias jornalísticas sobre políticas públicas relativas aos direitos humanos vai ao encontro de uma cobertura que pouco aborda a cidadania e as minorias sociais, ainda que esse seja um preceito fundamental da comunicação pública. “Bolsonaro e Haddad têm propostas antagônicas para direitos humanos”, publicada no dia 20, expõe as principais políticas públicas voltadas à temática, relacionando-as com as minorias sociais.

Gráfico 5 – Presença de abordagens sobre minorias sociais



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em uma eleição marcada por polêmicas e agressões a grupos minoritários, a cobertura da ABr preferiu não encampar as minorias sociais como personagens prioritários no noticiário eleitoral. As notícias que se referem a esse público representam apenas 14,5% (43 matérias) dos 297 conteúdos analisados. Do grupo de conteúdos com essa ênfase em minorias, quase 30% tratam de fatos relacionados a questões raciais ou étnicas; 15% abordam assuntos relativos à população LGBTQI+; 15% discorrem sobre segmentos marginalizados (população carcerária, em situação de rua, etc); 10% falam sobre mulheres; e 10% trazem questões acerca de pessoas com deficiência, seguidas de outros grupos minoritários, também com 10%.

Nota-se que nessa categoria não constam apenas as declarações dos candidatos ou as políticas de governo, mas também a abordagem de atos de violência contra minorias que foram associadas às campanhas e opiniões dos presidenciáveis. É o caso da matéria “Bolsonaro diz que não tem controle sobre atos violentos de apoiadores”, do dia 10 de outubro, quando o pesselista solicitou em seu Twitter que seus apoiadores não cometessem atos de violência. A resposta veio depois da denúncia de que uma jovem, que usava uma camisa contra o candidato, teria sido agredida por um homem, que na ocasião também teria desenhado uma suástica nas costas da suposta vítima. Dois dias antes, a ABr tinha noticiado a morte de um mestre de capoeira baiano também ocasionada por divergências políticas. Esse episódio exigiu que o presidenciável se manifestasse, como apresentado

na notícia do dia 9 de outubro, “Bolsonaro diz que não perdoa agressor e quer que ele ‘mofe na cadeia’”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou observar o papel da ABr no processo eleitoral de 2018 por compreender que a comunicação tem papel fundamental na construção da cidadania e no fortalecimento da democracia. A comunicação pública, por sua vez, tem esse papel enraizado na sua missão institucional e estabelecido em bases legais. A pluralidade e a diversidade de um ecossistema comunicacional podem ser entendidas como um termômetro da democracia, como a cobertura eleitoral pode ser um termômetro de qualidade e independência de um veículo de comunicação. Cabe à comunicação pública, livre de amarras do mercado e do governo e com foco no cidadão, fazer das coberturas eleitorais espaços de reflexão, reafirmação dos valores democráticos, construção e fortalecimento da cidadania. As eleições, assim como a comunicação, são partes vitais de um sistema democrático. O estudo dessa combinação é potencialmente importante para problematizar e entender o processo social de fortalecimento da democracia.

Contudo, faz-se importante destacar que este trabalho não se propõe a fazer uma análise comparativa com outras coberturas feitas pela ABr ou por outros veículos da EBC, tampouco com veículos comerciais, e que, portanto, não se deseja aferir se houve melhora ou piora no padrão de jornalismo da Empresa. O artigo é um retrato, e não um filme. Ele não se furta de historicizar e contextualizar o lócus em que o objeto está inserido, bem como de apontar os momentos em que essa trajetória colide com os princípios da comunicação pública. Acredita-se que isso é de fundamental relevância para a leitura dos dados e para entender, por exemplo, opções metodológicas como o uso do *Manual de eleições 2014*. Não se despreza a ideia de este ser um artigo inicial, do qual pode-se derivar artigos comparativos que se proponham a fazer uma análise acurada das coberturas e avaliar as consequências dos ataques feitos nos últimos anos ao arcabouço legal da Empresa e às suas estruturas jornalísticas.

O primeiro ponto que merece ser destacado sobre os achados da pesquisa relaciona-se aos dados referentes aos locais de produção das notícias. Apesar da evidente orientação para uma produção geográfica mais plural e um cuidado com a regionalização das pautas, o conhecido eixo Rio-São Paulo-Brasília foi priorizado na cobertura da ABr, com o agravante da inclinação ainda maior para a capital federal, mesmo a EBC tendo sucursais no Rio e em São Paulo, bases eleitorais dos candidatos. Sabe-se que a Empresa retrocedeu sua política de correspondentes – uma seleção interna

em 2015 designou repórteres para atuar em mais quatro cidades (Recife, Salvador, Belo Horizonte e Porto Alegre), mas os contratos duraram menos de dois anos¹⁷. O fim desse projeto representou uma perda na diversidade, na pluralidade e na regionalidade do noticiário, principalmente para a ABr, que não dispõe de uma rede de afiliadas.

Houve também uma significativa diferença, de 10 pontos percentuais, entre o número de matérias que citavam Haddad e as que citavam Bolsonaro, com quase 30 matérias a mais se referindo a este candidato. Trata-se de um dado no mínimo intrigante para uma cobertura que se propõe equilibrada. Em se tratando de apenas dois candidatos, existem formas práticas de garantir um equilíbrio maior quando desejado.

O formato dos textos também demonstra desequilíbrio e superficialidade, com presença insignificante de reportagens, o que dificulta a missão de desenvolver uma consciência crítica e fomentar a cidadania e a participação social. Aqui vale ressaltar que o estudo levou em consideração a natureza de uma agência de notícias, cuja função é a produção majoritária de matérias jornalísticas mais rápidas e curtas, que não necessariamente dispõem de todas as fontes, respostas e contextos. Contudo, observa-se também que a cobertura de uma eleição nacional não pode ser considerada uma cobertura cotidiana, mas enquadra-se na categoria de “grande cobertura”, que mobiliza o veículo e seus profissionais para a elaboração prévia de reportagens e matérias especiais que possam ser utilizadas ao longo do processo, para servir tanto de equilíbrio quanto de *feedback* para o cidadão. Essa preparação é fundamental para que os textos não sejam publicados em sua maioria com fontes únicas ou para que a cobertura – de caráter especial – não seja “engolida” pelo factual. Nesse aspecto, observa-se que não houve esforço para sair da cobertura rotineira, com a maioria das matérias produzidas em torno de uma ou nenhuma fonte.

Outro fator que merece atenção no estudo é a ínfima representação dos movimentos sociais nos noticiários, dentro da avaliação possível a partir das palavras-chave selecionadas. Ao contrário do que determina a lei de criação da Empresa e do que encorajam os manuais de *Jornalismo* e de *Eleições de 2014*, a ABr amplificou vozes oficiais já bastante ouvidas, sem a pluralidade, a reflexão e a problematização reivindicadas para uma mídia pública.

Com relação às temáticas, cumpre destacar que o debate de ideias perdeu espaço para as polêmicas factuais e que os temas sensíveis (como aborto, drogas e população carcerária, por exemplo) não tiveram dimensão relevante. Infelizmente, assuntos hoje centrais no país e no mundo –

¹⁷ O contrato começou no início de 2016 e durou menos de dois anos. Com a mudança de gestão na Empresa, não houve renovação dos acordos e os correspondentes voltaram para Brasília. A Agência contava ainda com um correspondente em Manaus e outro em Fortaleza, antes do processo de seleção. Todos os repórteres retornaram à sede em meados de 2017.

como saúde, comunicação e direitos humanos – também foram subestimados pelo veículo, com exceção do tema das *fake news* que teve relativo destaque, contudo, não abordado para além das acusações factuais de notícias falsas distribuídas por ambos os lados.

Infere-se, portanto, que, ao contrário da ideia de cooperação com processos educacionais e de formação do cidadão, ou com o desenvolvimento de uma consciência crítica e da consolidação da democracia, como determina a lei, a cobertura eleitoral feita pela ABr aponta para uma prática “protocolar” do jornalismo. Com pouca profundidade, pluralidade e diversidade temática, regional e de fontes, as abordagens tiveram foco predominante em assuntos considerados factuais ou em polêmicas não construtivas, em detrimento das pautas voltadas às plataformas políticas dos candidatos, ao debate de ideias e à ênfase nas minorias sociais. Com o *corpus* produzido a partir do recorte proposto, as matérias selecionadas não foram capazes de apontar para uma cobertura que valorizasse a democracia, a cidadania e os direitos humanos e que fosse condizente com o que se espera de um veículo público.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BECERRA, Martín; WAISBORD, Silvio. Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina. **Cuadernos de Discusión de Comunicación e información**, Montevideo, v. 3, n. 20, p. 7-23, 2015.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 7 abr. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm. Acesso em: 4 jul. 2020.

BRASIL. Congresso Nacional. Medida Provisória nº 744, de 1º de setembro de 2016. Altera a Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta e autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 1 set. 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Mpv/mpv744.htm. Acesso em: 4 jul. 2020.

CANAVILHAS, J. **O novo ecossistema mediático**. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>. Acesso em: 7 dez. 2016.

CARVALHO, Mariana Martins de. As relações entre Estado, Democracia e Comunicação Pública: o desmonte da Empresa Brasil de Comunicação. *In: CONGRESSO DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA*, 8., 2019, Brasília. **Anais eletrônicos** [...]. Brasília: UnB, 2019. Disponível em: http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT7/gt7_Carvalho.pdf. Acesso em: 4 jul. 2020.

CARVALHO, Mariana Martins de; CABRAL, Rodolfo de Carvalho Cabral. Dilemas entre transparência e proteção de dados: as requisições dos órgãos de controle e o sigilo estatístico. **Revista Esferas (Brasília)**, v. 1, n. 14, p. 54-67, 2019.

DUARTE, Lívia Dias Moreira. **A construção da comunicação pública na percepção de jornalistas da EBC: potencialidades e limites**. 2019. 279 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

EBC. Conselho Curador. **Nota Pública: O desmonte da EBC: um ano depois**. Memória Conselho Curador, 2017. Disponível em: <https://conselhocurador.ciranda.net/blog/nota-publica-o-desmonte-da-ebc-um-ano-depois>. Acesso em: 9 set. 2020.

EBC. Conselho Curador. Resolução nº 08/2014. **Manual de Eleições 2014: diretrizes de cobertura jornalística**. Brasília: EBC, 2014.

EBC. **Institucional** – Veículos. EBC, 2020. Disponível em: <https://www.ebc.com.br/institucional/veiculos/agencia-brasil>. Acesso em: 14 jun. 2020.

EBC. **Missão, Visão, Valores e Cultura**. EBC, 10 set. 2012. Disponível em: <https://www.ebc.com.br/institucional/sobre-a-ebc/o-que-e-a-ebc/2012/09/missao-visao-valores>. Acesso em: 14 jun. 2020.

EBC. **Manual de Jornalismo da EBC**. Brasília: EBC, 2013.

GAMBARO, Daniel. **A instituição social do rádio: (re)agregando as práticas discursivas da indústria no ecossistema midiático**. 2019. 452 p. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

GERALDES, Elen *et al.* **Políticas de Comunicações**. Um estudo comparado: Brasil, Espanha, Estados Unidos, México e Venezuela. Salamanca: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2012.

GOMIDE, Carla; HAJE, Lara. Brasil: algumas conquistas, grandes desafios. *In: GERALDES, E. et al. (org.). Políticas de Comunicações*. Um estudo comparado: Brasil, Espanha, Estados Unidos, México e Venezuela. Salamanca: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2012. (p. 32-72)

GUAZINA, Liziane Soares; PAULINO, Fernando Oliveira. Comunicação e política: a cobertura das eleições de 2014 em três emissoras públicas de rádio. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 24., 2015, Brasília. **Anais eletrônicos** [...]. Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. p. 1-18.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 2008.

MASCARO, Alysson Leandro. **Crise e golpe**. São Paulo: Boitempo, 2018.

MIGUEL, Luiz Felipe. **O colapso da democracia no Brasil**: da constituição ao golpe de 2016. São Paulo: Expressão Popular, 2019.

MIOLA, Edna. **Sistema deliberativo e tensões entre interesses públicos e privados**: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na imprensa. 2012. 294 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Belo Horizonte, 2012.

PORTO, Mauro; NEVES, Daniela; LIMA, Bárbara. Crise hegemônica, ascensão da extrema direita e paralelismo político: Globo e Record nas eleições presidenciais de 2018. **Revista Compólitica**, v. 10, n. 1, p. 5-34, 2020.

ROVAI, Renato. **Um novo ecossistema midiático**: a história do jornalismo digital no Brasil. 1. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2018.

SANTOS; Boaventura de Sousa. **Democratizar a Democracia**: os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete (org.). **Políticas públicas**. Coletâneas. Brasília: Enap, 2006. v. 1.

SOUZA, Akemi Nitahara. **A Agência Brasil como fonte de informação para outros veículos online**. 2014. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (MBA em TV Digital, Radiodifusão e Novas Mídias de Comunicação Eletrônica) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2014.

STRATE, Lance. Media Ecology Review. **Communication Research Trends**, v. 23, n. 2, 2004. Disponível em: http://cscs.scu.edu/trends/v23/v23_2.pdf. Acesso em: 12 de set. 2020.

AUTORES:

Mariana Martins de Carvalho

Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestra em comunicação e jornalista formada pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Pesquisadora do Laboratório de Políticas de Comunicação da UnB e gestora em comunicação pública da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

E-mail: marimartins.pe@gmail.com

Francisco Verri

Docente no curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metropolitano de Maringá (Unifamma) e doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Formado em Comunicação Social (Jornalismo) pelo Centro Universitário de Maringá (Unicesumar). Bolsista Capes.

E-mail: chicoverri@gmail.com

Gisele Pimenta de Oliveira

Doutoranda e mestra pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Especialista em Assessoria de Comunicação e Marketing e formada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Pesquisadora do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. Servidora pública, jornalista na UnB.

E-mail: giselepimentaoliveira@gmail.com