



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

O CAMPO DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA NO BRASIL:  
DISPUTAS SIMBÓLICAS E LEGITIMIDADE SOB A ÓTICA DA GRANDE  
IMPrensa COMERCIAL

GISELE PIMENTA DE OLIVEIRA

BRASÍLIA  
2021



FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

O CAMPO DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA NO BRASIL:  
DISPUTAS SIMBÓLICAS E LEGITIMIDADE SOB A ÓTICA DA GRANDE  
IMPrensa COMERCIAL

GISELE PIMENTA DE OLIVEIRA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília como parte dos requisitos para a obtenção do título de doutora em Comunicação.

**Linha de pesquisa:** Poder e Processos Comunicacionais  
**Orientadora:** Nelia Rodrigues Del Bianco

BRASÍLIA

2021

GISELE PIMENTA DE OLIVEIRA

O CAMPO DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA NO BRASIL:  
DISPUTAS SIMBÓLICAS E LEGITIMIDADE SOB A ÓTICA DA GRANDE  
IMPrensa COMERCIAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação da Universidade de Brasília como parte  
dos requisitos para a obtenção do título de doutora em  
Comunicação.

Orientadora: Nelia Rodrigues Del Bianco

BANCA EXAMINADORA

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Nelia Rodrigues Del Bianco  
(Universidade de Brasília – Orientadora)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edna Miola  
(Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Membro)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Raimunda Aline Lucena Gomes  
(Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Membro)

---

Prof. Dr. Elton Bruno Barbosa Pinheiro  
(Universidade de Brasília - Membro)

---

Prof. Dr. Fernando Oliveira Paulino  
(Universidade de Brasília - Suplente)

*A Dagma, pelo amor gratuito.*  
*A Osvaldo, pelo amor generoso.*  
*Aos pequenos Davi, Pedro e Caetano, amores que transformam.*  
*A Denise e Elen, pelo amor que inspira.*

## RESUMO

Esta pesquisa mapeia como as temáticas sobre a radiodifusão pública brasileira são abordadas por três veículos representativos da chamada grande imprensa comercial, investigando como a mobilização dos agentes e das características qualificadoras e desqualificadoras da mídia pública – denominadas por este estudo como operadores simbólicos da radiodifusão – impacta o reconhecimento, o prestígio e a legitimidade do serviço público de rádio e televisão no Brasil. Para isso, foram coletadas 2.327 publicações informativas e opinativas veiculadas entre os anos de 1975 e 2019 pelos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. De forma específica, observam-se quais temas sobre a radiodifusão pública são pautados, quais grupos têm legitimidade para falar em nome do campo e quais crenças essas abordagens revelam, detectando as variações argumentativas a depender dos ciclos políticos do Poder Executivo Federal. As interpretações teórico-metodológicas são fundamentadas na sociologia reflexiva e na praxiologia de Pierre Bourdieu (1983, 1989, 2005) e seu aporte conceitual da teoria dos campos. Sendo assim, esta pesquisa assume a radiodifusão como um campo cujos agentes e instituições estão em concorrência em busca de capitais específicos, que mobilizam as forças deste universo social. Essa luta concorrencial envolve disputas por capital econômico, materializado em bens, recursos e/ou investimentos financeiros, verbas publicitárias, lucros, infraestrutura, equipamentos, parque tecnológico dos veículos de comunicação; por capital social, representado pelas relações de prestígio e reconhecimento construídas pelo campo, sobretudo em âmbito do poder econômico e político; por capital cultural, que contempla a capacidade dos meios de comunicação em pautar e conformar temas, argumentos e padrões tanto midiáticos quanto de vida e de sociedade; e por capital simbólico, traduzido pela reivindicação do discurso jornalístico (e midiático) de obter o monopólio da representação da “verdade objetiva”. A hipótese de trabalho, confirmada por esta tese, é a de que, ancorada em argumentos que frequentemente vinculam as emissoras públicas ao aparelhamento político, ao desperdício de dinheiro público e à pouca penetração social, a imprensa comercial constrói uma representação dominante de que a radiodifusão pública efetivada no Brasil não presta serviços relevantes à sociedade e, portanto, não tem razão de existir. Essa visão majoritariamente negativa configura-se como instrumento de violência simbólica, uma vez que os veículos da imprensa comercial inculcam e naturalizam crenças que deslegitimam o serviço público de radiodifusão e, com isso, transferem reconhecimento, prestígio e autoridade ao polo comercial e suas práticas, ampliando o exercício do poder simbólico dos grupos dominantes (mídia comercial) sobre os dominados (mídia pública) e, conseqüentemente, garantindo a concentração dos capitais econômico, cultural, social e simbólico no polo dominante.

**Palavras-chave:** radiodifusão pública; mídia pública; Pierre Bourdieu.

## ABSTRACT

This research maps out how Brazilian public service broadcasting themes are addressed by three representative vehicles of the so-called large commercial press, investigating how the mobilization of agents and the qualifying and disqualifying characteristics of public media - called by this study as symbolic broadcasting operators - impacts the recognition, prestige and legitimacy of the public radio and television service in Brazil. For this, 2,327 informative and opinionated publications were collected between the years 1975 and 2019 by the newspapers *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* and *O Globo*. Specifically, it is observed which themes on public broadcasting are guided, which groups have legitimacy to speak on behalf of the field and which beliefs these approaches reveal, detecting the argumentative variations depending on the political cycles of the Federal Executive Branch. The theoretical-methodological interpretations are based on the reflexive sociology and praxiology of Pierre Bourdieu (1983, 1989, 2005) and his conceptual contribution to field theory. Therefore, this research assumes broadcasting as a field whose agents and institutions are in competition in search of specific capital, which mobilize the forces of this social universe. This competitive struggle involves disputes for economic capital, materialized in goods, resources and/or financial investments, advertising funds, profits, infrastructure, equipment, technological park of communication vehicles; by social capital, represented by the relationships of prestige and recognition built by the countryside, especially in the sphere of economic and political power; by cultural capital, which includes the capacity of the means of communication to guide and conform themes, arguments and standards both in the media and in life and society; and by symbolic capital, translated by the journalistic (and media) discourse's claim to obtain a monopoly on the representation of "objective truth". The working hypothesis, confirmed by this thesis, is that, anchored in arguments that often link public broadcasters to political apparatus, waste of public money and little social penetration, the commercial press builds a dominant representation that broadcasting effective public service in Brazil does not provide relevant services to society and, therefore, has no reason to exist. This mostly negative view is configured as an instrument of symbolic violence, since the commercial press vehicles inculcate and naturalize beliefs that delegitimize the public service broadcasting and, therefore, transfer recognition, prestige and authority to the commercial hub and its practices, expanding the exercise of symbolic power of dominant groups (commercial media) over the dominated (public media) and, consequently, ensuring the concentration of economic, cultural, social and symbolic capital in the dominant pole.

**Key-words:** public service broadcasting; public service media; Pierre Bourdieu.

## RESUMEN

Esta investigación traza cómo los temas de la radiodifusión pública brasileña son abordados por tres vehículos representativos de la llamada gran prensa comercial, investigando cómo impacta la movilización de agentes y las características calificativas y descalificantes de los medios públicos --llamados por este estudio como operadores simbólicos de radiodifusión-- el reconocimiento, prestigio y legitimidad del servicio público de radio y televisión en Brasil. Para ello, se recopilaron 2.327 publicaciones informativas y testarudas entre los años 1975 y 2019 por los periódicos *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* y *O Globo*. Específicamente, se observa qué temas de la radiodifusión pública se orientan, qué grupos tienen legitimidad para hablar en nombre del campo y qué creencias revelan estos enfoques, detectando las variaciones argumentativas en función de los ciclos políticos del Ejecutivo Federal. Las interpretaciones teórico-metodológicas se basan en la sociología reflexiva y la praxiología de Pierre Bourdieu (1983, 1989, 2005) y su aporte conceptual a la teoría de campo. Por tanto, esta investigación asume la radiodifusión como un campo cuyos agentes e instituciones compiten en busca de un capital específico, que movilice las fuerzas de este universo social. Esta lucha competitiva involucra disputas por capital económico, materializado en bienes, recursos y / o inversiones financieras, fondos publicitarios, utilidades, infraestructura, equipamiento, parque tecnológico de vehículos de comunicación; por el capital social, representado por las relaciones de prestigio y reconocimiento construidas por el campo, especialmente en la esfera del poder económico y político; por el capital cultural, que incluye la capacidad de los medios de comunicación para orientar y conformar temas, argumentos y estándares tanto en los medios como en la vida y la sociedad; y por capital simbólico, traducido por la pretensión del discurso periodístico (y mediático) de obtener el monopolio de la representación de la “verdad objetiva”. La hipótesis de trabajo, confirmada por esta tesis, es que, anclada en argumentos que muchas veces vinculan a las emisoras públicas con el aparato político, derroche de dinero público y poca penetración social, la prensa comercial construye una representación dominante que no brinda un servicio público efectivo de radiodifusión en Brasil. servicios relevantes para la sociedad y, por lo tanto, no tiene razón de existir. Esta mirada mayoritariamente negativa se configura como un instrumento de violencia simbólica, ya que los vehículos de la prensa comercial inculcan y naturalizan creencias que deslegitiman el servicio público de radiodifusión y, por tanto, transfieren reconocimiento, prestigio y autoridad al eje comercial y sus prácticas, ampliando el ejercicio de la poder simbólico de los grupos dominantes (medios comerciales) sobre los dominados (medios públicos) y, en consecuencia, asegurar la concentración del capital económico, cultural, social y simbólico en el polo dominante.

**Palabras-clave:** radiodifusión pública; medios públicos; Pierre Bourdieu.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Quantitativo geral: publicações por períodos de governo.....	115
Figura 2 – Picos de publicações sobre a radiodifusão pública .....	116
Figura 3 – Quantitativo de publicações: veículos por períodos de governo.....	122
Figura 4 – Proporção entre matérias informativas e opinativas por cada período de governo.....	124
Figura 5 – Publicações informativas e opinativas: distribuição por governos .....	125
Figura 6 – Factualidade das publicações: geral e por gêneros .....	138
Figura 7 – Contextualização das publicações informativas e opinativas .....	140
Figura 8 – Dimensão temática central: dado geral .....	147
Figura 9 – Nuvem de palavras: títulos – geral.....	162
Figura 10 – Nuvem de palavras: títulos das publicações opinativas .....	163
Figura 11 – Nuvem de palavras: títulos das publicações informativas .....	163
Figura 12 – Nuvem de palavras: títulos das publicações na ditadura.....	165
Figura 13 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Sarney .....	165
Figura 14 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Collor .....	166
Figura 15 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Itamar .....	167
Figura 16 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo FHC.....	168
Figura 17 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Lula .....	169
Figura 18 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Dilma .....	169
Figura 19 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Temer .....	170
Figura 20 – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo Bolsonaro .....	171



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição das publicações: média de dias por governo.....	119
Tabela 2 – Quantidade de publicações por gênero/veículo/período de governo.....	126
Tabela 3 – Formatos jornalísticos: geral.....	129
Tabela 4 – Formatos jornalísticos: gêneros.....	130
Tabela 5 – Quantidade de fontes consultadas por governos: geral.....	131
Tabela 6 – Média de fontes consultadas pelas publicações por governo.....	132
Tabela 7 – Tipos de fontes consultadas: geral.....	133
Tabela 8 – Tipo de fonte consultada por governos: todos os veículos.....	135
Tabela 9 – Factualidade das publicações por veículo e por governos.....	139
Tabela 10 – Gancho temático das publicações factuais.....	140
Tabela 11 – Publicações com recurso gráfico: segmentação por governos.....	142
Tabela 12 – Publicações com recurso gráfico: segmentação por governos e por veículos....	142
Tabela 13 – Dimensão temática central das publicações: por governo e todos os veículos...	148
Tabela 14 – Dimensão temática central: <i>Estadão</i> .....	150
Tabela 15 – Dimensão temática central: <i>O Globo</i> .....	151
Tabela 16 – Dimensão temática central: <i>Folha de S.Paulo</i> .....	153
Tabela 17 – Dimensões temáticas: abordagens periféricas por período de governo.....	155
Tabela 18 – Dimensões temáticas: abordagens periféricas não identificadas.....	155
Tabela 19 – Dimensão institucional: subtemas.....	157
Tabela 20 – Dimensão política: subtemas.....	158
Tabela 21 – Dimensão econômica: subtemas.....	159
Tabela 22 – Dimensão social e cultural: subtemas.....	160
Tabela 23 – Dimensão normativa: subtemas.....	161
Tabela 24 – Agentes e agências protagonistas das publicações: geral.....	174
Tabela 25 – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por grupos.....	176
Tabela 26 – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por governos.....	178
Tabela 27 – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por grupos e por governos.	179
Tabela 28 – Publicações que apresentam ao menos um operador simbólico.....	183
Tabela 29 - Publicações sem operadores simbólicos.....	183
Tabela 30 – Presença de operadores simbólicos nas publicações.....	184
Tabela 31 – Presença de operadores simbólicos nas publicações: gênero informativo.....	185
Tabela 32 – Presença de operadores simbólicos nas publicações: gênero opinativo.....	185
Tabela 33 – Presença de operadores simbólicos nas publicações: editoriais.....	186

Tabela 34 – Presença de operadores simbólicos nas publicações: artigos .....	186
Tabela 35 – Presença de operadores simbólicos nas publicações: governos .....	187
Tabela 36 – Qualificadores nas publicações: quantitativo geral .....	188
Tabela 37 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: geral .....	189
Tabela 38 – Qualificadores nas publicações: ditadura .....	191
Tabela 39 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: ditadura ...	193
Tabela 40 – Qualificadores nas publicações: quantitativo Sarney .....	194
Tabela 41 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Sarney .....	195
Tabela 42 – Qualificadores nas publicações: quantitativo Collor .....	196
Tabela 43 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Collor .....	197
Tabela 44 – Qualificadores nas publicações: Itamar .....	198
Tabela 45 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Itamar .....	198
Tabela 46 – Qualificadores nas publicações: FHC .....	199
Tabela 47 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: FHC .....	200
Tabela 48 – Qualificadores nas publicações: Lula .....	201
Tabela 49 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Lula .....	202
Tabela 50 – Qualificadores nas publicações: Dilma .....	204
Tabela 51 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Dilma .....	205
Tabela 52 – Qualificadores nas publicações: Temer .....	206
Tabela 53 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Temer .....	207
Tabela 54 – Qualificadores nas publicações: Bolsonaro .....	208
Tabela 55 – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Bolsonaro	209
Tabela 56 – Desqualificadores nas publicações: quantitativo geral .....	210
Tabela 57 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: geral ...	211
Tabela 58 – Desqualificadores nas publicações: ditadura .....	213
Tabela 59 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: ditadura ...	215
Tabela 60 – Desqualificadores nas publicações: quantitativo Sarney .....	216
Tabela 61 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Sarney	218
Tabela 62 – Desqualificadores nas publicações: quantitativo Collor .....	219
Tabela 63 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Collor	220
Tabela 64 – Desqualificadores nas publicações: Itamar .....	221
Tabela 65 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Itamar	222
Tabela 66 – Desqualificadores nas publicações: FHC .....	223
Tabela 67 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: FHC ...	225
Tabela 68 – Desqualificadores nas publicações: Lula .....	226

Tabela 69 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Lula....	227
Tabela 70 – Desqualificadores nas publicações: Dilma .....	229
Tabela 71 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Dilma .	230
Tabela 72 – Desqualificadores nas publicações: Temer.....	231
Tabela 73 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Temer.	232
Tabela 74 – Desqualificadores nas publicações: Bolsonaro.....	233
Tabela 75 – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Bolsonaro.	234
Tabela 76 – Concentração das publicações com operadores simbólicos por ciclos.....	237
Tabela 77 – Concentração de qualificadores e desqualificadores nas publicações por ciclos de governos .....	238

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características do campo que se aplicam à radiodifusão .....	66
Quadro 2 – Critérios para definição das palavras-chave .....	87
Quadro 3 – Critérios de exclusão de conteúdos para a constituição do <i>corpus</i> .....	89
Quadro 4 – Roteiro simplificado: etapas de categorização, exploração e análise.....	93
Quadro 5 – Classificação das publicações quanto ao gênero e formatos jornalísticos.....	95
Quadro 6 – O critério facticidade pauta as abordagens sobre a radiodifusão pública? .....	96
Quadro 7 – Elemento qualificador do debate .....	97
Quadro 8 – Quantidade de fontes consultadas pela matéria.....	97
Quadro 9 – Perfil das fontes consultadas pela matéria.....	98
Quadro 10 – Dimensão temática central da publicação .....	99
Quadro 11 – Dimensão subtemática das publicações.....	100
Quadro 12 – Agentes e agências apontados como centrais pela tematização da publicação .	102
Quadro 13 – Operadores simbólicos do serviço público de radiodifusão .....	104
Quadro 14 – Periodização por governos (1975 a 2019).....	114

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Picos de publicações por ano e por governos.....	118
Gráfico 2 – Quantidade geral de publicações por veículos .....	120
Gráfico 3 – Classificação das publicações por gênero jornalístico: total geral.....	122

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>PARTE I – FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS.....</b>	<b>18</b>
<b>Capítulo 1 – A reflexividade como base epistemológica da pesquisa .....</b>	<b>19</b>
1.1 Conceituando a sociologia reflexiva de Pierre Bourdieu.....	27
1.2 Construindo pontes entre a sociologia reflexiva e a Comunicação .....	32
<b>Capítulo 2 – O método praxiológico: como construir uma teoria da prática? .....</b>	<b>36</b>
2.1 Campo, um espaço de disputas .....	40
2.2 O habitus e as predisposições compartilhadas .....	44
2.3 Capitais em disputa: dominação, violência simbólica e legitimidade .....	48
2.3.1 As formas de capitais .....	50
2.3.2 Poder simbólico, violência simbólica e dominação .....	56
2.4 A radiodifusão pública como objeto de estudos.....	62
<b>Capítulo 3 – A construção do objeto e os caminhos metodológicos da pesquisa .....</b>	<b>68</b>
3.1 Pesquisas sobre radiodifusão tensionadas pela perspectiva de Pierre Bourdieu .....	73
3.2 O campo prático da pesquisa: a construção do objeto de estudo.....	78
3.3 Síntese do objeto de pesquisa .....	83
3.3.1 Problema.....	83
3.3.2 Objetivo geral.....	83
3.3.3 Objetivos Específicos .....	84
3.3.4 Premissa .....	84
3.3.5 Hipótese.....	85
3.4 A constituição do corpus.....	85
3.5 Instrumentos operacionais de coleta e de análise.....	90
3.5.1 O questionário de coleta e categorização para as análises .....	92
3.5.1.1 Parte 1 – Perfil da cobertura jornalística .....	94
3.5.1.2 Parte 2 – Mapeamento temático.....	98
3.5.1.3 Parte 3 – Mapeamento dos agentes: visibilidade e relações de poder. 101	
3.5.1.4 Parte 4 – Identificação dos capitais e argumentos em disputa.....	102
3.6 Reflexividade aplicada à pesquisa: os limites da abordagem bourdieusiana .....	106

<b>PARTE II –ANÁLISE DOS DADOS EMPÍRICOS .....</b>	<b>112</b>
<b>Capítulo 4 – A radiodifusão pública em pauta na mídia comercial: um retrato descritivo ...</b>	<b>113</b>
4.1 Dados gerais: perfil da cobertura jornalística.....	115
4.1.1 Quantitativo geral de inserções .....	115
4.1.2 Inserções por veículo.....	120
4.1.3 Gêneros jornalísticos .....	122
4.1.4 Qualidade argumentativa jornalística.....	128
4.1.5 Fontes consultadas.....	130
4.1.6 Factualidade e contextualização.....	137
4.1.7 Utilização de recursos gráficos .....	141
4.2 Mapeamento temático .....	146
4.2.1 Dimensão temática central .....	146
4.2.2 Abordagens periféricas.....	153
4.2.3 Abordagens subtemáticas .....	155
4.2.4 Análises dos títulos.....	161
4.3 Mapeamento dos agentes: visibilidade e relações de poder.....	173
<b>Capítulo 5 – Operadores simbólicos da radiodifusão pública: argumentos e crenças construídos pela mídia comercial.....</b>	<b>181</b>
5.1 Presença de operadores simbólicos nas publicações.....	182
5.2 Tipificação dos operadores simbólicos.....	188
5.2.1 Características qualificadoras.....	188
5.2.2 Características desqualificadoras .....	209
5.3 A concentração de qualificadores e desqualificadores.....	235
<b>PARTE III – SÍNTESE DAS DESCOBERTAS E CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>240</b>
<b>Da prática à teoria (e da teoria à reflexividade) .....</b>	<b>241</b>
<b>A radiodifusão pública sob a ótica da mídia comercial e sob o olhar de Bourdieu.....</b>	<b>242</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>249</b>

## INTRODUÇÃO

O que dizer de um objeto frequentemente em crise, à beira da ruptura, em um cenário de transformações tecnológicas, políticas e culturais, ameaçado em sua legitimidade e sustentabilidade? A radiodifusão pública brasileira corresponde a um objeto em tensão e a um projeto inacabado, pois embora fundamentada em um arcabouço legal que a define e a justifica, parece um edifício prestes a ruir, levando consigo a utopia de uma informação pública de qualidade, acessível e cidadã para todos.

Um objeto de tal natureza, que parece refletir a máxima marxista de que “tudo que é sólido desmancha no ar”, exige vários compromissos do/a pesquisador/a, dentre eles, um olhar que vá além do senso comum, e parta de um problema prático para chegar a um problema de conhecimento (BRAGA, 2005). Para compreender esse objeto, elegeu-se uma abordagem que reflita sobre a visão que a sociedade tem dele e como essa visão foi construída, por intermédio de quais atores e no uso de quais argumentos. Esta pesquisa pretende descrever e analisar o olhar da mídia comercial sobre a radiodifusão pública brasileira, compreendida como um campo, e expresso em textos informativos e opinativos de três jornais brasileiros (*Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*) no período de 1975 a 2019.

É indispensável compreender a fundamentação epistemológica desta pesquisa, que precede a teórico-metodológica, e justifica o recorte do objeto. Diante de um objeto tão instável e tenso, escolheu-se a reflexividade do sociólogo francês Pierre Bourdieu como âncora (BOURDIEU; WACQUANT, 2005), visto que ela submete o fazer científico a um profundo e contínuo questionamento, evitando as armadilhas dos pré-conceitos e do senso comum que costumam atingir, com mais frequência, temáticas polêmicas sobre as quais é fácil emitir um juízo de valor. Dessa forma, pode-se facilmente pressupor que a mídia comercial brasileira aborda pouco a temática da radiodifusão pública, visto que vê o modelo público como concorrente ideológico e econômico do modelo comercial e, ao fazê-lo, a desqualifica com argumentos como “cara”, “ineficiente”, “mera reprodutora dos interesses e dos discursos do governo”, “com audiência pífia”.

As provocações de Bourdieu para o automatismo desses pressupostos, ocorridas por meio da sociologia reflexiva, são: Será? Como? Por quê? E de que forma as ações da mídia comercial articulam-se estruturalmente com as da radiodifusão pública, como dois campos que se conectam, envolvem relações de dominação, estabelecem antagonismos e disputas? Portanto, para a reflexividade, o ato da ciência é de desconstrução contínua das respostas rápidas e pouco



reflexivas, em busca da compreensão de processos estruturais que, mesmo evidentes, frequentemente não são vistos nem percebidos.

Mas a reflexividade, obviamente, abrange outros atos da pesquisa, como a localização do estudo no campo de conhecimento e o diálogo que mantém com os trabalhos que o precederam e o sucederam. Nesta tese, além da busca por pesquisas sobre radiodifusão pública, foram localizadas as que adotaram a teoria de Bourdieu como referência. Embora tenham sido encontrados alguns estudos que utilizem o autor, como explicitado nos capítulos subsequentes, eles “usam” seus conceitos de modo estanque e fragmentário. Nesta tese, pretende-se compreender a radiodifusão pública, a partir do olhar da mídia comercial, à luz dos conceitos de Bourdieu de capital, campo, *habitus* e abordados de forma articulada, relacional e praxiológica, ou seja, por meio de ações em que a teoria é construída nos embates com a prática.

Faz parte da reflexividade, também, esclarecer as justificativas para a realização de uma pesquisa específica, entendendo a ciência como uma atividade que dialoga com as dúvidas e necessidades de um determinado momento histórico. Neste trabalho, as justificativas são de três naturezas. A primeira é a urgência de se estudar a radiodifusão pública em profundidade, tentando buscar subsídios para que ela possa resistir e avançar, apesar do cenário ameaçador, por meio da identificação dos atores que falam dela e por ela. Ao optar por uma análise praxiológica e estrutural, acredita-se que essa profundidade seja atingida, para além de leituras que trabalham a radiodifusão como um fenômeno isolado. A segunda justificativa é o enriquecimento teórico-metodológico e epistemológico de ler a radiodifusão pública à luz de Bourdieu, trazendo uma contribuição robusta da sociologia, não para apagar o saber comunicacional, mas para ampliá-lo por meio de outras lentes e lupas, pouco comuns nos estudos da área. Por fim, a terceira justificativa é perceber, nas escolhas do sujeito que pesquisa, seus interesses e motivações, suas visões de mundo e história de vida. No caso desta tese, a autora tem um duplo pertencimento ao objeto de pesquisa: as vivências profissional e acadêmica na radiodifusão pública e o desejo de se tornar uma pesquisadora com formação sólida em metodologia e epistemologia, e para isso aberta a experimentar outras modelagens de pesquisa, que superem dicotomias como o qualitativo e o quantitativo, o sujeito e o objeto, a teoria e a prática, por meio de uma atuação relacional.

Esta tese está dividida em três partes. Na primeira, é apresentada a fundamentação epistemológica e o aporte teórico-metodológico, que convergem para as perguntas de pesquisa, os objetivos geral e específicos e a formulação da hipótese. São apresentados os critérios e as categorias de constituição do corpus e descritos os instrumentos operacionais de coleta e análise, bem como os possíveis limites à aplicação da teoria bourdieusiana ao trabalho.

Na segunda parte, é realizada a análise dos dados empíricos. São apresentados o perfil da cobertura jornalística e o mapeamento das temáticas e dos agentes, com destaque para as relações de poder estabelecidas. Argumentos e crenças construídos pela mídia comercial, ou operadores simbólicos da radiodifusão pública, são identificados e quantificados.

Por último, na terceira parte, há uma síntese das descobertas e das considerações finais.

**PARTE I – FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS**

## Capítulo 1 – A reflexividade como base epistemológica da pesquisa

*[...] construir um objeto científico é, antes de mais e sobretudo, romper com o senso comum, quer dizer, com representações partilhadas por todos, quer se trate dos simples lugares-comuns da existência vulgar, quer se trate das representações oficiais, frequentemente inscritas nas instituições, logo, ao mesmo tempo na objetividade das organizações sociais e nos cérebros.*  
(BOURDIEU, 1989, p. 34)

Ancorada na sociologia reflexiva e na teoria da prática de Pierre Bourdieu (1983a, 1983b, 1989; BOURDIEU; WACQUANT, 2005), essa seção objetiva situar epistemologicamente a presente pesquisa, que investiga como o serviço de radiodifusão pública é retratado pela grande imprensa comercial brasileira, quais os argumentos mais utilizados quando a temática é abordada, quais grupos têm legitimidade<sup>1</sup> para falar em nome do campo<sup>2</sup> e quais crenças essas abordagens revelam.

Antes, demarca-se que esta tese compreende a comunicação como um direito humano (GOMES, 2007), condição que preconiza que sistemas e fluxos informacionais e comunicacionais mais democráticos, plurais, diversos, horizontais e acessíveis são instrumentos essenciais para a garantia de igualdade, liberdade, dignidade e emancipação, individuais e coletivas. Complementar à noção, situa-se que as emissoras públicas de rádio e televisão estão inseridas, por este trabalho, no bojo da radiodifusão sonora e de sons e imagens enquanto um serviço público, ou seja, privativo do Estado, cuja prestação pode ser feita diretamente pela União ou indiretamente por meio de concessão, permissão ou autorização. Portanto, um serviço de natureza pública, voltado ao bem comum, pensado para a sociedade e,

<sup>1</sup> Segundo a perspectiva de Bourdieu (1983; 1989), a concepção de legitimidade envolve a disputa por autoridade, prestígio e reconhecimento de determinados grupos (e não de outros) dentro e fora de cada campo social. Essas lutas não só orientam as dinâmicas dos universos sociais como são nelas que residem o poder simbólico de inculcar valores, regras e visões “legítimas” de mundo, hierarquizando forças e definindo posições dominantes e dominadas.

<sup>2</sup> O conceito de “campo” é central na teoria sociológica de Pierre Bourdieu, lente que guia esta pesquisa. Em síntese, trata de um espaço social delimitado por regras, valores e tradições específicos e pelas disputas entre os concorrentes por determinados tipos de capitais (econômico, social, cultural, simbólico). Ou seja, um microcosmo social que obedece às próprias leis (BOURDIEU, 2011), um “*locus* onde se trava uma luta concorrencial entre os atores em torno de interesses [...] que caracterizam a área em questão” (ORTIZ, 1983, p. 19). Esta tese lê a radiodifusão, ou o serviço de radiodifusão, como um campo. Embora possa ser considerado um subcampo do “campo midiático”, defende-se que o setor consegue alcançar relativa autonomia (BOURDIEU, 1989) perante outros segmentos de mídia. Assim, entende-se que há especificidades nas relações entre sujeitos, instituições e estruturas econômicas, políticas e sociais que o compõem – radiodifusores, empresários, trabalhadores, emissoras, agentes públicos, parlamentares, governantes, políticos, sindicatos do setor, organizações patronais e movimentos da sociedade civil organizados em torno do tema – e elas orientam dinâmicas e ordenamentos próprios. Por essa lógica, o serviço de radiodifusão pública, objeto central deste estudo, se configuraria como um subcampo da radiodifusão. Todavia, desconsiderou-se no decorrer do texto a distinção entre as nomenclaturas “campo” e “subcampo”, utilizando o conceito genérico “campo” para todos os segmentos.

independentemente do seu prestador, tutelados por arcabouços normativos, políticas públicas e mecanismos regulatórios e fiscalizatórios do Estado.

Feita a ressalva, adota-se a nomenclatura constitucional que divide a radiodifusão no país em três tipos de sistemas: privado, estatal e público. O primeiro modelo compõe-se pelos veículos com fins lucrativos, denominados comerciais. O braço estatal seria representado pelas emissoras de comunicação institucional-governamental mantidas pelo Estado. A mídia pública, por sua vez, é o sistema que fomenta o acesso e a participação dos cidadãos na vida pública por meio da educação, da informação e do entretenimento centrados na promoção do debate público plural e diverso e sob a esfinge da autonomia editorial, financeira e administrativa; do controle social; e dos mecanismos de proteção perante interferências políticas ou pressões do mercado (UNESCO, 2001). De acordo com Pieranti (2018), o diferencial da radiodifusão pública reside na mediação entre Estado e sociedade, sendo o primeiro o seu principal financiador e a segunda seu pilar de sustentação, dos processos decisórios à programação.

As rádios e TVs públicas atendem “demandas que, devido às estruturas, especificidades ou conjunturas de governos e mercados, muitas vezes não são contempladas pela vertente comercial ou estatal” (OLIVEIRA; BIANCO, 2020, p. 110), alcançando cidadãos e temáticas negligenciados ou invisibilizados por outros veículos; priorizando a qualidade de seus conteúdos; e promovendo a identidade nacional, a democracia, os direitos humanos e a cidadania (MENDEL, 2011). Na mídia pública, o cidadão precisa ter acesso a diversos temas e a novos conhecimentos por meio de programação interessante e atraente, que transmita informações esclarecedoras e de interesse geral (UNESCO, 2001). Em suma, emissoras públicas seriam aquelas pautadas pelos princípios clássicos da radiodifusão pública: universalidade, diversidade, independência, diferenciação (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2013b).

Todavia, os princípios mencionados acima referenciam um modelo conceitual (e ideal) de radiodifusão pública, parametrizado principalmente por reflexões e experiências internacionais de veículos públicos (BECERRA; WAISBORD, 2015). Na prática brasileira, fatores endógenos e exógenos à radiodifusão conformaram<sup>3</sup> uma realidade bastante distante desse *status* desenhado pela teoria. O chamado “campo público da radiodifusão”, constituído por emissoras de identidades diversas e dispersas, se desenvolveu de forma incipiente e marginal em meio à hegemonia e concentração comercial do setor no Brasil. Apesar de reconhecer que um *sistema* de radiodifusão pública só foi formalmente instituído no país após

---

<sup>3</sup> Para mais detalhes sobre a conformação do serviço de radiodifusão pública no Brasil, consultar: Pinheiro (2019); Carvalho (2014); Miola (2012); Bianco; Pinheiro (2017).

a criação da Empresa Brasil de Comunicação<sup>4</sup>, esta tese inclui como representantes do chamado polo público as emissoras de tradição estatal e educativa, normalmente vinculadas a órgãos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, universidades ou fundações sem fins lucrativos.

Justifica-se a escolha com base na proposta de Bianco, Esch e Moreira (2013b), que subdividem a tradição deste campo em duas vertentes: a primeira de herança educativa-cultural originárias do período em que o rádio e a televisão tiveram papel fundamental para o desenvolvimento socioeducacional e para a redução dos níveis de analfabetismo, e a segunda de caráter mais governamental-institucional, vinculadas à formação das rádios nacionais em meados do século XX. Embora as primeiras estejam mais próximas ao modelo estatal-público, negligenciar as experiências do segundo grupo significaria deixar de fora parte da própria história do desenvolvimento deste campo no país.

Além do mais, frisa-se que a configuração histórica de ambos os perfis<sup>5</sup> revelam desafios frente a desvinculação dessas emissoras das práticas que as reduzem ao mero atendimento de interesses particulares de governos ou de grupos políticos, ainda que ao longo dos anos tenham surgido iniciativas, ancoradas em políticas públicas, para fortalecer um sistema público pautado efetivamente pelo interesse do cidadão.

Por outro lado, a adoção do termo “grande imprensa comercial”, recorrente neste perfil de estudos, refere-se aos jornais cuja representatividade, alcance e historicidade simbolizam os grupos empresariais dominantes no segmento impresso dos meios de comunicação. Esse perfil alcançou hegemonia absoluta no ecossistema midiático brasileiro e por isso concentra poder, prestígio e influência econômica, política e simbólica em uma seleta fração de agentes do referido campo. A expressão alude aos veículos representativos da “ideologia liberal” dos grupos da chamada “classe média” brasileira e seus eventuais “jacobinismo, fiscalismo em relação ao Estado, reformismo, antipopulismo e democratismo”. (MOTA; CAPELATO, 1981, p. 4).

---

<sup>4</sup> Instituída pela Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, a EBC herdou emissoras geridas pela estatal Radiobrás e pela Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp). Atualmente, gere dez canais públicos de rádio e televisão, além da Agência Brasil e da Radioagência Nacional. Também administra a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) e presta serviços de comunicação governamental.

<sup>5</sup> De acordo com dados apresentados por Esch e Bianco (2016), o país possui cerca de 200 emissoras de rádios e 90 canais de TV vinculados a universidades e instâncias de poder político, como governos estaduais e municipais. “São canais definidos pela legislação brasileira como exclusivamente de finalidade educativa, não tendo caráter comercial e nem fins lucrativos” (ESCH; BIANCO, 2016, p. 120). Também de caráter público, porém institucional-governamental, pode-se citar as TVs e rádios vinculadas aos poderes Legislativo e Judiciário, em âmbito estadual e nacional.

Retomando as intenções do capítulo – refletir e explicitar questões conjunturais e estruturais que permeiam a construção deste estudo – defende-se que ao jogar luz ao que está incorporado pelas dinâmicas e pelos agentes de determinado campo científico, e não apenas ao que estritamente se associa ao objeto intelectual da pesquisa, abre-se horizontes para se “desconfiar das regras naturalizadas” (LAGO, 2015, p. 731) pelo universo acadêmico. Com isso, expande-se a possibilidade de pensar o objeto desta pesquisa sob novos ângulos e maneiras, de ampliar o compromisso com a vigilância epistemológica e com o rigor metodológico do estudo – instrumentos que diferenciam o exercício de pensar cientificamente do senso comum ou das convicções próprias – e, por último, de reconhecer os limites da própria ciência aqui construída.

Na concepção bourdieusiana, a ciência não é neutra ou desinteressada, e vários fatores incidem sobre as escolhas de pesquisa, mesmo aquelas aparentemente revestidas por critérios exclusivamente técnicos. Sem dúvidas, estes existem, ou ao menos espera-se que de fato existam. Mas, as motivações e decisões de qualquer estudo não passam apenas pela cientificidade. Parte-se, então, da premissa de que, apesar dos esforços para se combinar vigilância epistemológica, rigor metodológico, compromisso ético e objetividade científica, a ciência não se fundamenta por um *status* límpido e translúcido, acolhendo também interferências que ultrapassam as dimensões intelectuais.

Se não existe uma neutralidade axiológica plena, pois até as escolhas “mais técnico-científicas” estão ancoradas em pressupostos, nem a mais instrumental das ferramentas se desvia de lógicas específicas e das aderências (ou contraposições) a determinados arcabouços epistêmicos e teórico-metodológicos. Quer dizer que mesmo as opções técnicas não são completamente destituídas de viés, elas são “teorias em ato”. (LOPES, 2018, p. 18). A investigação científica impõe ao pesquisador um contínuo processo de tomadas de decisões (BRAGA, 2011b) cujo objetivo maior, ou “mais nobre”, comumente converge para a produção de conhecimento em determinada área; contudo há outros interesses, objetivos e subjetivos, em jogo. Assim, tais escolhas ora se alinham, ora se contrapõem a um grupo de paradigmas, correntes e critérios que, uma vez validados pelo campo acadêmico em questão, caracterizam o saber que pretende ser científico.

A partir da fundamentação de Pierre Bourdieu (1983b), entende-se que o campo científico também é lugar de “luta política pela dominação científica” (p. 126). Por isso, os compromissos científicos são engajados (BOURDIEU, 1983b), ou seja, os conflitos de natureza

epistemológica são indissociáveis de sua dimensão política<sup>6</sup>, esta compreendida numa acepção ampla, como um conjunto de princípios, relações e ações voltadas a alguma finalidade. Objetivos que vão desde o compromisso sociopolítico do pesquisador com “a utilidade prática e o potencial [da pesquisa] para a ação política e emancipação” (GRENFELL, 2018, p. 294) aos seus interesses por disciplinas, temas, áreas, métodos, teorias ou autores, orientados em certa medida pelo intuito de se alcançar prestígio, reconhecimento, reputação, competência, autoridade, legitimidade ou qualquer outro “lucro” que venha a ser colhido internamente e externamente ao campo científico (BOURDIEU, 1983b).

Não há “escolha científica” – do campo da pesquisa, dos métodos empregados, do lugar de publicação; ou, ainda, escolha entre uma publicação imediata de resultados parcialmente verificados e uma publicação tardia de resultados plenamente controlados – que não seja uma estratégia política de investimento objetivamente orientada para a maximização do lucro propriamente científico, isto é, a obtenção do reconhecimento dos pares-concorrentes. (p. 126-127).

As competências científicas, segundo Bourdieu (1983b), estão permeadas por hierarquias constituídas dentro do campo, pela posição ocupada pelo pesquisador na carreira e até mesmo pelo *quantum* de capitais acumulados e incorporados pelo indivíduo ao longo da sua trajetória pessoal e profissional. Refletem também as estruturas que circundam o ambiente acadêmico, tais como o aporte de recursos financeiros, a quantidade e qualidade dos equipamentos e mão de obra disponibilizados, a organização institucional do centro de pesquisa ou de produção do conhecimento e outros serviços típicos das burocracias científicas. (BOURDIEU, 1983b).

Na visão do sociólogo, quem consegue ter acesso a esses aparatos impõe não só a definição do que é ciência, mas a própria crença de que o uso destes serviços representa a “boa maneira de fazer ciência”. O grupo de pesquisadores que domina esses instrumentos, portanto, tem maior potencial para construir a “metodologia universal” (BOURDIEU, 1983b, p. 124) da prática científica, ou seja, o padrão a ser seguido que, num movimento cíclico, favorece a reprodução das capacidades institucionais e intelectuais dominantes.

A concepção sustenta o olhar epistemológico de Pierre Bourdieu, a sociologia reflexiva, e seu referencial teórico-metodológico, a praxiologia. Posturas de pesquisa incorporadas por este trabalho. Conceitualmente, a reflexividade é um olhar crítico e atento que, além de examinar o objeto, tensiona condições objetivas e subjetivas em que ele foi elaborado e

---

<sup>6</sup> O autor reconhece ainda que a lógica também é inversa, assim como é impossível considerar somente “as determinações ‘puras’ e puramente intelectuais dos conflitos científicos” (1983, p. 124), não existe uma “dimensão puramente ‘política’ nos conflitos pela dominação no campo” (p. 124), isto é, o modo de fazer é científico, ainda que orientado/motivado “politicamente”.



estruturado. É uma observação da prática intelectual, uma metanálise da “ciência sobre si mesma” (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.]), importante contra automatismos, evidências cegas ou armadilhas do chamado objeto pré-construído (BOURDIEU, 1989), aquele que emerge de regras, crenças, normas ou convicções naturalizadas pelo campo ou pelo pesquisador, e por isso costumam ser pouco explicitadas e/ou colocadas à prova.

Já a teoria da prática, ou praxiologia, é um modo de conhecimento do mundo social que se nega a colocar em lados opostos o clássico embate sociológico entre subjetivismo (ênfase nas ações dos sujeitos) e o objetivismo (ênfase nas estruturas sociais). Contrário aos dualismos, o francês constrói uma *mediação* entre agente social e sociedade; homem e história (ORTIZ, 1983), na qual o agente é considerado “em função das relações objetivas que regem a estruturação da sociedade” (p. 19), mas não apenas como executor desta estrutura e sim agindo sobre ela. A explicação é uma síntese do chamado pensamento relacional de Bourdieu, balizado pelas relações de disputas (concorrência) entre sujeitos e instituições situados em um espaço determinado (campo), que compartilham predisposições específicas (*habitus*) e ocupam determinadas posições sociais (capitais) que tendem a definir seus lucros materiais e simbólicos.

Com base nesse tripé epistemológico, teórico e metodológico, Bourdieu convida o pesquisador a fazer um duplo movimento, olhar para dentro e para fora do objeto para identificar estruturas e hierarquias; explicitar motivações e percepções subjetivas; testar concepções prévias; e problematizar (não meramente reproduzir) pressupostos consagrados em determinada área de estudos, ou seja, faz-se necessário “construir” o que já está “pré-construído” pelo campo.

Adotar a perspectiva reflexiva e praxiológica representa, portanto, o compromisso com a compreensão aprofundada e analítica sobre o ato de pesquisar (LAGO, 2015, p. 729), com o fazer ciência na Comunicação e, sobretudo, com as etapas que envolvem a construção do objeto de pesquisa. Para isso, recupera-se o exercício bourdieusiano da “dúvida radical” (BOURDIEU, 1989), ou seja, de trazer para planos visíveis as aderências teóricas e metodológicas usuais da área, colocando-as em dúvida não necessariamente para questionar seus méritos e validade ou para romper com a tradição do campo, mas para minimizar a mera reprodução “do senso comum douto” ou erudito, aquele “que atribui o nome de ciência a uma simples transcrição do discurso de senso comum” (BOURDIEU, 1989, p. 44).

Para ilustrar com um exemplo, a literatura acadêmica dominante no Brasil sobre as políticas de comunicação, quando enfatizadas a radiodifusão e a comunicação públicas, pactua consensos que reiteram a posição marginal ocupada historicamente pelos veículos públicos de

rádio e televisão no país. Nestes casos, as linhas argumentativas convergem para os seguintes diagnósticos: *a)* a existência de um modelo hegemônico e altamente concentrado, o comercial; *b)* a simbiose entre o poder econômico (grandes corporações de mídia) e o poder político, que culmina em um sistema de concessões e políticas públicas voltado para interesses e conveniências (ESCH; BIANCO, 2016); *c)* a existência um sistema público frágil, cujos veículos dependem quase que exclusivamente dos recursos e das “boas intenções” dos governos, o que gera pouca sustentabilidade financeira e comprometida independência editorial, além da forte ligação com a comunicação de caráter exclusivamente governamental; *d)* um marco legal com regulamentação frágil ou ausente e políticas públicas pouco efetivas voltadas à democratização da comunicação em geral e da mídia eletrônica em específico; *e)* uma crise de representatividade, legitimidade e credibilidade social da radiodifusão pública, intensificada por forte *lobby* político e empresarial que ora invisibiliza o debate público sobre o tema, ora utiliza seus espaços de poder para desconstruir os propósitos dos veículos públicos de radiodifusão ou para deslegitimar a própria existência do sistema público.

Todavia, o exercício da reflexividade aplicado às pesquisas sobre o tema pôde detectar que, por vezes, tais argumentos são meramente teóricos, carecendo de estudos científicos de cunho mais empírico que revelem quais são as práticas e os contornos simbólicos instituídos neste campo. Dito de outra maneira, é vasto o mapeamento acadêmico sobre os atores do campo da radiodifusão e as discussões de como as estruturas econômicas, políticas e de poder que os permeiam configuram o setor no Brasil. No entanto, tais questões apontadas também são construídas por disputas simbólicas, travadas no dia a dia da política, da mídia, dos veículos e do poder, para além dos momentos de tensão do campo ou das situações “concretas” de disputas de interesses. São esses aspectos “triviais”, em nível das construções argumentativas rotineiramente vinculadas ao prestígio, à legitimidade e ao reconhecimento das emissoras públicas de rádio e televisão, que esta tese denomina de disputas simbólicas da radiodifusão.

As provocações postas por esta pesquisa são: quais, como e por que certos argumentos foram enraizados e inculcados ao longo dos anos pelos agentes (e dinâmicas) desse campo? Sob que circunstâncias e disputas? Quando Bolaños (2007) traz, por exemplo, que a Economia Política da Comunicação (EPC) busca a perspectiva das relações de poder e hegemonia processadas nas reestruturações dos mercados, a análise estrutural, econômica e política está explícita. Aqui, busca-se a combinação entre essas forças do campo e as subjetividades existentes. Para tecer apontamentos que elucidem essa questão, propõe-se foco na disputa simbólica de “representação” da radiodifusão pública, desvelada a partir de um olhar empírico

e mensurável perante os conteúdos publicados por veículos que integram a grande imprensa comercial.

O olhar da reflexividade mostra-se pertinente, então, por consistir em movimento contínuo que olha para o objeto de pesquisa, mas também para o campo consolidado dos estudos acerca do tema da radiodifusão pública. Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2018, p. 21) postula que o movimento é possível a partir da compreensão de três relações de pesquisa interligadas, mas distinguíveis analiticamente: “a relação social entre o sujeito (coletivo) e o conhecimento (campo); a relação epistêmica entre o conhecimento (campo) e o objeto (estudo); e a relação objetivada entre o sujeito (coletivo) e o objeto (estudo)”.

A costura epistêmica de tais relações se dá, ao longo desta tese, por meio da construção de *dois movimentos sistemáticos de reflexividade*, observados: 1) no aprofundamento da abordagem conceitual sobre a sociologia reflexiva, aplicada tanto à revisão de literatura – por meio da elaboração do diagnóstico sobre os estudos de radiodifusão e suas apropriações de Bourdieu – quanto à construção do objeto desta pesquisa e sua busca por incluir perspectivas teórico-metodológicas pouco exploradas pela área; 2) nas ponderações sobre as potencialidades e limites que a abordagem bourdieusiana trazem à Comunicação.

Os movimentos inspiram-se também na “metodologia em três níveis” (GRENFELL, 2018), conjunto de princípios que traz o exercício da construção de um novo olhar para o objeto de pesquisa e da análise de campo em três níveis<sup>7</sup> como elementos imprescindíveis à aplicação da teoria da prática de Bourdieu. No caso desta tese, propõe-se realizar tal diagnóstico para a radiodifusão pública, mapeando as disputas por capitais e poder no campo a partir da identificação dos argumentos frequentemente usados para retratar o serviço e de quais agentes e agências estão autorizados (BOURDIEU, 1989) a falar sobre o tema, além de tecer relações entre esse espaço e outros campos sociais, como o político e o econômico. As análises serão feitas a partir dos conteúdos jornalísticos, informativos e opinativos, sobre a radiodifusão pública publicados pela imprensa comercial – *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* – entre os anos de 1975 e 2019. O objetivo central é compreender de que maneira essas abordagens contribuem para o condicionamento da legitimidade das emissoras públicas de rádio e televisão no país, partindo da hipótese de que a imprensa comercial constrói uma representação dominante sobre a radiodifusão pública no Brasil ao inculcar e naturalizar crenças como: os veículos são aparelhados politicamente, desperdiçam o dinheiro público e não conseguem chegar ao cidadão, neste último caso, leia-se alcançar audiência.

---

<sup>7</sup> 1) relações entre o campo estudado e o campo do poder; 2) mapeamento das posições dos agentes em determinado campo; 3) análise do *habitus* destes agentes.

### ***1.1 Conceituando a sociologia reflexiva de Pierre Bourdieu***

A sociologia reflexiva bourdieusiana pode ser definida, em síntese, como uma base epistêmica que se propõe a observar como se estrutura os modos de pensar teórico de determinado campo intelectual ou acadêmico, assumindo que as estruturas implícitas e os interesses em jogo influenciam a própria pesquisa.

Enquanto método científico, a compreensão de Bourdieu da reflexividade pode ser definida como uma abordagem epistemológica crítica que consiste em **objetificar a própria conceituação** e o objeto de pesquisa que precisa ser examinado e sobre o qual deve-se refletir, mas também **a própria elaboração do objeto de pesquisa e as condições de sua elaboração**. (DEER, 2018b, p. 254, grifo nosso).

Na perspectiva de Lopes<sup>8</sup> (2018, p. 12-13), a pesquisa é “um processo de tomada de decisões e opções pelo investigador que estruturam a investigação em níveis e fases, cujas operações metodológicas se realizam num espaço determinado que é o espaço epistêmico”. Deste modo, a epistemologia estaria mais diretamente vinculada ao “plano de desenvolvimento histórico da ciência” enquanto as opções metodológicas concentram o “nível operatório” da pesquisa, ou seja, as ferramentas de tomadas de decisão “do aqui e do agora” (LOPES, 2018, p. 13). A separação entre a ênfase epistemológica (reflexividade) e a teórico-metodológica (praxiologia) adotada por essa tese é um artifício didático para conduzir a argumentação e facilitar o entendimento das duas dimensões. As perspectivas são indissociáveis e, como afirma Lopes (2018), compõem os princípios internos de cientificidade que orientam a prática da pesquisa.

Neste sentido, interpreta-se a reflexividade como princípio epistemológico da praxiologia. Isso porque a teoria da prática de Bourdieu, cujas características aprofundaremos no capítulo posterior, a rigor tornou-se indissociável de um movimento reflexivo, que volta-se a um pensar sobre a maneira de se fazer teoria. A sociologia reflexiva se configura, então, como uma teoria sobre a prática teórica, “requisito e forma do trabalho sociológico; um programa de ação epistemológico para as ciências sociais” (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.], tradução nossa), no qual as estruturas de determinado campo de estudos, as hierarquias constituídas, a posição do pesquisador neste espaço e os interesses em jogo também devem ser considerados como parte do objeto científico em construção.

---

<sup>8</sup> A autora baseia-se na concepção de epistemologia do filósofo francês Gaston Bachelard, e destaca duas características principais: “1) a relação da razão científica com a empiria, ou seja, com a condição de romper com a razão do senso comum; 2) a concepção de ‘epistemologia histórica’ que implica a ciência como um fato histórico, cultural e coletivo produzido por mentes individuais”. (LOPES, 2018, p. 17)

Se tais incorporações e reproduções não são ao menos reconhecidas pelos agentes e trazidas para o nível consciente, é possível que a pesquisa, mesmo que adquira *status* e aparência científica, incorra em meras projeções de convicções, do campo e do pesquisador. Parafraseando Bourdieu (1983b)<sup>9</sup>, a reflexividade seria um potencial instrumento para aumentar a prevalência do interesse pela ciência e não da ciência pelos interesses.

Ao buscar entender as diferenças entre a lógica prática (execução) e a lógica abstrata (teórica) da investigação científica, a sociologia reflexiva agrega uma mudança de perspectiva à praxiologia. A intenção é romper com a “teoria teórica”, que Bourdieu (1989) descreve como “discurso profético ou programático da teoria” (p. 59), ou aquele que “tem em si mesmo o seu próprio fim e que nasce e vive da defrontação com outras teorias” (p. 59), no qual a prática serve apenas para acondicionar o conhecimento teórico adquirido e não para colocá-lo em ação. Captar as especificidades teóricas e práticas possibilita ao cientista repensar a validade de teorias e procedimentos, inclusive aqueles enraizados como verdades incontestáveis.

Aplicada à essa tese, a reflexividade representa a recusa da mera reprodução da teoria pela teoria ao construir um objeto em ação (BOURDIEU, 1989), ou seja, uma investigação sistemática de um universo empírico que não apenas mobiliza um referencial teórico-metodológico, mas dialeticamente o coloca em teste: de que maneira e sob quais perspectivas a radiodifusão pública pode ser considerada como um campo? É possível mapear as disputas e crenças que permeiam esse universo? Quais são as relações de poder e dominação deste espaço social e em que medida elas podem ser consideradas como instrumentos de violência simbólica de determinados segmentos sobre outros? Como tais configurações impactam a legitimidade do serviço público de radiodifusão no Brasil?

[Os fundamentos de Bourdieu] não são apenas produtos teóricos de pesquisas anteriores, mas lentes intelectuais pelas quais novos objetos e dimensões do social podem ser pesquisados. Em outras palavras, os conceitos e teses da teoria da prática de Bourdieu indicam como se aproximar de um contexto social empírico, para onde voltar o olhar nesse cenário e que perguntas dirigir a essa realidade. (PETERS, 2016, p. 5).

Outra característica bourdieusiana apreendida é a adoção de um ponto de vista particular – a observação de conteúdos específicos sobre a temática radiodifusão pública, veiculados por três jornais que representam a grande imprensa comercial – para se pensar questões mais universais, no caso, a legitimidade do serviço público de radiodifusão no Brasil. Não pretende-

---

<sup>9</sup> “Quais são as condições sociais que devem ser preenchidas para que se instaure um jogo social onde prevaleça a ideia verdadeira, porque os que dele participam têm interesse na verdade, em vez de ter, como em outros jogos, a verdade de seus interesses?”. (BOURDIEU, 1983b, p. 141).

se, com isso, generalizar resultados atribuindo a eles uma dimensão que eles não possuem. Todavia, seja pela representatividade dos veículos escolhidos, pela quantidade de conteúdos analisados ou pela cobertura temporal contemplada, o estudo aprofundado deste objeto, sobretudo quando se olha a densidade do *corpus* trabalhado, assume o compromisso com um olhar mais global e não se furta de construir inferências que extrapolem os dados puros e postulem relações mais abrangentes entre a radiodifusão pública e outros campos, como o econômico e o do poder político.

Paralelamente, a sociologia reflexiva se mostra como exercício de se pensar, de forma sistematizada, sobre as tomadas de decisões que regeram este estudo, postura que se transfigura numa maneira de objetivar – “dar a conhecer, tornar objetivo, o conhecimento sobre o mundo” (LAGO, 2015, p. 732) – a pesquisa, o objeto e o campo da Comunicação. Revela-se, ainda, como uma abordagem alternativa ou complementar às práticas mais usuais ou tradicionais do campo, que não costumam aprofundar reflexões de âmbito epistêmico e, muitas vezes, apenas reproduzem correntes teóricas e metodológicas consagradas pela área. Trazer essa reflexão para o plano racional e consciente contribui para romper-se com o lugar-comum, da área ou das inclinações de cunho individual, que direciona ou interfere negativamente no processo científico. Tal postura pode ser percebida tanto na revisão de literatura, com o levantamento sobre o campo de estudos sobre a radiodifusão e suas adesões mais frequentes, quanto na manifestação explícita da autora perante o seu engajamento político com o tema.

A dimensão epistemológica contribui para “a construção de um objeto de pesquisa destituído de qualquer projeção *inconsciente* da relação do cientista com ele” (DEER, 2018, p. 256) e para a observação crítica de determinado campo intelectual, evitando que o pesquisador irrefletidamente reforce *doxas*<sup>10</sup> dominantes ou apenas reproduza “discursos autorizados que classificam e categorizam o mundo social, e contribuem para a criação e recriação das divisões da ordem social nas mentes e nas coisas”. (DEER, 2018, p. 260).

A lógica desenvolvida até aqui não se constitui como mero protocolo instrumental ou trivial rito bourdieusiano. Justifica-se porque suscitou reflexões que transformaram e reconduziram o olhar perante as escolhas teórico-metodológicas a serem adotadas. Reconhecer os interesses e as posições dos agentes no campo e as configurações das estruturas que integram esse espaço foi o ponto de partida para se alcançar maior objetividade e cientificidade (VALLE,

---

<sup>10</sup> No conceito bourdieusiano, a doxa remete a um conjunto enraizado de crenças “que não precisam sequer ser enunciadas, que existem por si mesmas” (LOYOLA, 2002, p. 25). Seria um “dogma explícito”, “crenças ou opiniões aparentemente naturais” vinculadas ao campo e ao *habitus*, e que se constituem como pressuposições autoevidentes de uma época, uma realidade não questionada. (DEER, 2018a, p. 156-157).

2007, p. 119), visto que desencobrir parte dos processos estruturais e subjetivos dos estudos da radiodifusão possibilitou romper com algumas tradições, válidas e legítimas, deste campo para buscar outros “instrumentos metodológicos para analisar racionalmente os fenômenos sociais” (VALLE, 2007, p. 119). Como dito, guia esse movimento a tentativa de “separar as representações imediatas e os prejulgamentos espontâneos do saber científico” (VALLE, 2007, p. 119) e a busca por trazer contribuições complementares para o campo.

Para Bourdieu, a primeira condição de cientificidade de uma pesquisa passa pela “ruptura com a experiência imediata” (VALLE, 2007, p. 120), dado que esse rompimento remete não só à experiência social no mundo, mas inclui a própria experiência acadêmica.

O autor reconhece que essa ruptura não é fácil, pois os pesquisadores em ciências sociais participam diretamente de um determinado mundo social (grupo ou classe), estando envolvidos por uma determinada linguagem, por conceitos e valores comuns da vida cotidiana. [...] Todo o pensamento de Bourdieu vai constituir em “desnaturalizar o mundo social”, dos pensadores, dos políticos, dos educadores. (VALLE, 2007, p. 120).

O sociólogo afirma que é preciso, de certa forma, dominar os fins sociais que estão na mira dos fins científicos, “pôr-em-suspensão desse interesse e das representações que ele induz” (BOURDIEU, 1989, p. 58) e “operar uma objetivação que não seja a simples visão redutora e parcial que se pode ter, no interior do jogo, de outro jogador, mas sim da visão global que se tem de um jogo passível a ser apreendido como tal porque se saiu dele” (p. 58). O chamado à reflexividade epistêmica contribui então para o reconhecimento (e, na medida do possível, neutralização) dos determinismos objetivos e subjetivos que acometem os pensamentos mais profundos dos intelectuais. (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.]).

Na obra *Una invitación a la sociología reflexiva*, Bourdieu e Wacquant (2005, [s.p.]) evidenciam três tipos de filtros – no sentido de viesamentos – que podem alterar a percepção sociológica de uma pesquisa e, por isso, precisam ser observados. A primeira compõe as origens sociais mais amplas do analista, tais como as de classe, raça e gênero. De acordo com os autores, essas são controláveis a partir de um processo constante de crítica e autocrítica.

O segundo “viés” abarca a posição que o observador ocupa no “microcosmo do campo acadêmico, isto é, no espaço objetivo das posições intelectuais possíveis que se oferecem em determinado momento, e, mais além, no campo do poder” (2005, [s.p.]). Neste trecho, os pesquisadores assumem que o sociólogo é um produtor cultural<sup>11</sup> e, como tal, “deve algo à sua posição em um campo onde, em parte, todos se definem em termos relacionais, pela diferença

---

<sup>11</sup> No sentido de agente produtor de capital cultural e simbólico, inserido ativamente na disputa “pela imposição da visão legítima do mundo social”. (BOURDIEU, 1989, p. 146).

e distância dos outros com quem competem” (2005, [s.p.]). Em suma, a posição do pesquisador e do seu microcosmo acadêmico potencializa os direcionamentos dos rumos científicos da pesquisa e essa compreensão é essencial para que alguns limites não sejam ultrapassados, como por exemplo a acomodação inconsciente de práticas ditas científicas que apenas dão continuidade à condição de dominação de determinadas teorias ou métodos. Vale pontuar que, quanto maior a proporção de capitais e de reconhecimento adquiridos pelos agentes em relação ao grupo, maior seu poder e autonomia (BOURDIEU, 1989). Assim, Bourdieu e Wacquant (2005) argumentam que os cientistas sociais estariam mais próximos ao pólo dominado e não dominante da ciência, ou seja, mais suscetíveis à influência das forças de atração e repulsão que regem o referido campo.

O último filtro indicado pelos autores como responsável por mudar a percepção sociológica dos fenômenos se constitui na camada mais profunda de enviesamento, inclusive com maior potencial para distorcer o compromisso científico. Trata-se de uma tendência intelectual, ou viés intelectualista, que induz os pesquisadores a “construir o mundo como espetáculo, como um conjunto de significações a ser interpretadas, em vez de um conjunto de problemas concretos de resolução prática”. (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.]). Consiste no que Bourdieu descreve como a incapacidade de as Ciências Sociais incorporarem a prática ao, como mencionamos anteriormente, não considerar as diferenças entre as lógicas abstrata e concreta, e então converter o teórico em prático ao invés de observar sistematicamente o prático para que, assim, ele possa ser universalizado ao nível teórico.

O ponto é fundamental na postulação bourdieusiana, pois estrutura a chamada teoria da prática, na qual pressupostos teóricos caminham de mãos dadas

aos conceitos, instrumentos de análise (genealogia, questionários, técnicas estatísticas etc.) e operações práticas de investigação (como rotinas de codificação, procedimentos de “limpeza de dados” ou regras para trabalho de campo). (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.]).

Voltando à reflexividade, os autores defendem que, para colocá-la em ação, o movimento permanente de análise sociológica e de controle de suas prática tem de ser maior que o mero exercício de introspecção intelectual. (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.]).

Como último ponto em relação à sociologia reflexiva de Bourdieu, complementa-se que seu posicionamento vai além da problematização individual das estruturas organizacionais e das questões subjetivas, é um convite para uma transformação no consciente coletivo do campo científico por meio da institucionalização da reflexividade como constantes mecanismos objetivos e mentais de crítica, debate e diálogo. (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, [s.p.]).



O que deve ser sujeito a um escrutínio contínuo e neutralizado, no próprio ato de construção de objetos, é o inconsciente científico coletivo fixo a teorias, problemas e categorias (especialmente nacionais) do julgamento acadêmico (Bourdieu 1990i). Segue-se que a questão da reflexividade deve, em última análise, ser o campo científico-social inteiro. Graças à dialógica do debate público e da crítica mútua, o trabalho de objetivação do sujeito objetivante é realizado não apenas por seu autor, mas pelos ocupantes das posições antagônicas e complementares que constituem o campo científico. (2005, [s.p.], tradução nossa).

Destarte, os movimentos de reflexividade construídos por esta tese – entre eles, a análise temática e de conjuntura da produção acadêmica sobre a radiodifusão pública no Brasil; um novo olhar para a construção do objeto de pesquisa; a recusa dos dualismos entre objetivo e subjetivo, social e individual, teoria e metodologia, quantitativo e qualitativo; e a problematização sobre os limites abordagem bourdieusiana – foram elaborados com o intuito de explicitar os “enviesamentos” de pesquisa listados por Bourdieu e Wacquant (2005). Com essa postura, acredita-se na possibilidade de ampliar capacidade de análise racional e metodológica dos elementos (escolhas, classificações, observações) que circundam essa tese e, com isso, mitigar as falhas e discrepâncias *inconscientes*, projetadas ao objeto por percepções e visões individuais ou coletivas de mundo (DEER, 2018).

## ***1.2 Construindo pontes entre a sociologia reflexiva e a Comunicação***

Se a reflexividade pode ser associada à adoção de uma postura crítica e questionadora das práticas e pressupostos científicos (teóricos e metodológicos) enraizados em determinado campo acadêmico, quais contribuições essa base epistêmica pode trazer à Comunicação? Ou ainda: enquanto campo de produção de conhecimento, como a Comunicação pode dialogar inter e/ou transdisciplinarmente com as perspectivas reflexiva e praxiológica, sem perder sua especificidade?

É profícuo e extenso o debate acadêmico sobre a constituição (ou não) da Comunicação enquanto campo próprio de conhecimento científico. Reconhece-se a importância da discussão e de seus impactos para a legitimação da área, entretanto, aprofundar suas vertentes e nuances não integra os objetivos desta tese. Adere-se, dessa maneira, à própria noção de campo científico de Bourdieu (1983b) – espaço de luta concorrencial pelo monopólio da competência e da autoridade científica, com regras e valores próprios de funcionamento compartilhados e incorporados por determinado grupo social – para posicionar a Comunicação como área específica e ocupante de um lugar autônomo dentro da grande área das Ciências Sociais. Cabe ressaltar que o grau de autonomia dos campos, inclusive os do conhecimento, é relativo e varia

de acordo com o prestígio, influência e poder (econômico, político, social, científico) exercido por cada área e por seu conjunto de agentes. Tendo isso em vista, não se nega os conflitos internos à Comunicação, que ainda carece de certa tradição no universo acadêmico e possui a forte característica de buscar interfaces com outras áreas do conhecimento, fato que impacta o seu grau de autonomia na comparação com outros campos de estudos sociais. Porém enfatiza-se a dimensão que a área alcançou ao longo dos anos e defende-se sua posição enquanto campo próprio do conhecimento.

Tal reconhecimento não é unânime e, entre as ressalvas apontadas por estudiosos do tema, estão o afrouxamento ou a pulverização de paradigmas teóricos, epistemológicos e metodológicos próprios e a dificuldade de se delimitar com clareza as especificidades do “olhar” ou do “objeto” comunicacional, sobretudo quando há diálogos inter ou transdisciplinares (FRANÇA, 2001; BRAGA, 2011; MELO, 2008). Ainda assim, “[...] é preciso ter em mente que o prestígio de uma ciência social jamais se deveu exclusivamente à objetividade do conhecimento por ela gerado, mas, sobretudo, à sua produção de valor social, cultural e, mesmo, político” (SODRÉ, 2012, p. 24), sendo a comunicação (seus sistemas, tecnologias, relações, configurações e também seus estudos) pilar central das sociedades e do capitalismo contemporâneos.

Referência em análises sobre o campo científico da Comunicação e suas metodologias, Lopes (2018) reconhece a necessidade de os estudos da área ampliarem o diálogo com perspectivas críticas que pensem sobre a prática científica. O alerta decorre da “deficiente formação em pesquisa” e da “herança de uma razão instrumentalizada de ciência”, frequentes na Comunicação, e que acarretam em certo “descaso pelas questões epistemológicas nas pesquisas empíricas” (LOPES, 2018, p.14). Por isso, a autora defende que a reflexividade epistêmica sustenta um “exercício permanente da vigilância, da crítica e da autorreflexão sobre os todos os atos da pesquisa [construção, observação e análise do objeto] em andamento” (LOPES, 2018, p. 18).

Exercitar a reflexividade seria fundamental para fazer com que o pesquisador assumira atitude consciente em relação “às operações metodológicas que realiza ao longo da investigação”. (LOPES, 2018, p. 14). A inspiração na postura crítica bourdieusiana deixa um convite para que os pesquisadores rompam epistemologicamente com a ciência espontânea, aquela que apenas incorpora os chamados pressupostos pré-construídos. Essa ruptura epistemológica constitui-se em poderoso instrumento, na visão de Lopes (2018, p. 20), para descortinar “a parcialidade teórico-ideológica do pesquisador” e para minimizar “obstáculos ao conhecimento” comuns nas pesquisas empíricas do campo.

A reflexividade epistêmica alerta para a ilusão de transparência do real, fixa o plano da ciência como plano conceitual (que exige o trabalho dos e com os conceitos) e, principalmente, revela que o objeto não se deixa apreender facilmente, uma vez que é regido por uma complexidade constitutiva que o torna opaco e exige operações intelectuais propriamente epistemológicas e teóricas para a sua explicação. (LOPES, 2018, p. 18).

Enfatiza-se que, embora essa tese se oriente pelas concepções teóricas de Pierre Bourdieu, não se propõe aqui um estudo sociológico sobre a comunicação. O movimento é inverso, conforme provoca Vera Regina Veiga França (2011). Contruiu-se um objeto, e conseqüentemente uma pesquisa, cuja perspectiva sempre foi comunicacional, mas que busca a contribuição, o diálogo e as intersecções da sociologia reflexiva e praxiológica. Os diálogos com outras áreas e a busca do lugar próprio da Comunicação são movimentos complementares e não incompatíveis, como enfatiza França (2001). Ou seja, as apropriações interdisciplinares são necessárias, mas a autora considera importante que os estudos em Comunicação dediquem mais atenção às especificidades da nossa área, ampliando as problematizações tanto sobre o tratamento dos fundamentos epistemológicos e teóricos que sustentam as pesquisas quanto sobre seus objetos.

O problema apontado anteriormente (a falta de especificidade) não está, portanto, nesta permanente irrigação, mas na necessidade de melhor construção do “lugar” da comunicação. As influências podem e devem vir numerosas; mas é preciso organizar sua absorção em função de um problema específico, de uma questão própria – que é a própria comunicação. Trata-se, em outras palavras, do modelo comunicativo, do paradigma da área. Retomando a discussão inicial, quando falamos comunicação, estamos falando de quê? Olhando o quê? Qual é o nosso paradigma? (FRANÇA, 2011, *[s.p.]*).

A pertinência das perguntas formuladas acima amplia os horizontes de validação da escolha epistemológica pela reflexividade. Olhar para a forma como as pesquisas comunicacionais, dentro do recorte da radiodifusão, objeto desta tese, produzem sua ciência ajuda não só a trazer para o nível racional e consciente os pressupostos e paradigmas que optou-se por aderir, mas sobretudo sustenta a diferenciação dessa pesquisa perante os estudos já construídos. No caso, destaca-se como “tradição” do campo de estudos sobre a radiodifusão brasileira abordagens teóricas (e por vezes metodológicas) centradas em dimensões econômicas e/ou políticas. Sem negligenciar tais concepções, propõe-se aqui maior ênfase para os aspectos simbólicos deste universo e seus impactos sob a legitimidade da radiodifusão pública.

A necessidade de abordar a discussão epistemológica neste trabalho originou-se, portanto, de dois movimentos principais. Primeiramente, pelo aprofundamento nas leituras de Bourdieu e a decorrente busca por uma coerência mais ampla com o seu referencial, no qual a

praxiologia, os conceitos-chave que a desenham e a reflexividade aparecem como peças indissociáveis. Em segundo lugar, por uma percepção de que o campo da comunicação carecia do aporte mais integral e do diálogo mais efetivo com a sociologia bourdieusiana, impressão confirmada posteriormente tanto por estudiosos da área quanto pelo levantamento da produção acadêmica dos estudos em radiodifusão.

## Capítulo 2 – O método praxiológico: como construir uma teoria da prática?

Articular ator e estrutura, sujeito e sociedade, dimensões macro e micro, aspectos quantitativos e qualitativos, teoria e prática. Um olhar científico, sistematizado e relacional para determinado espaço social, construído a partir das disputas de agentes por bens materiais e simbólicos, poder e legitimidade. Genericamente, essa seria a síntese do pensamento praxiológico de Pierre Bourdieu (1985; 1989) que, ressignificado sob perspectivas comunicacionais, forma as bases interpretativas e operacionais que fundamentam essa pesquisa sobre a legitimidade do serviço de radiodifusão pública no Brasil. Esse capítulo visa aprofundar os conceitos-guia da também chamada “teoria da prática”, materializada no referencial da sociologia dos campos e suas noções centrais de campo, *habitus*, capital, dominação e violência simbólica. O aporte teórico-metodológico irá conduzir o mapeamento das crenças e disputas implícitas no campo da radiodifusão, que serão observadas empiricamente nos conteúdos informativos e opinativos sobre o serviço público de radiodifusão publicados por veículos comerciais impressos.

A premissa fundadora da praxiologia de Bourdieu reside na negação dos dualismos, falsamente antagônicos na visão do francês, entre as correntes teóricas dominantes da tradição sociológica, o objetivismo e o subjetivismo. Enquanto o primeiro constrói a concepção de que as estruturas sociais moldam as práticas individuais, o segundo alça a “experiência primeira do indivíduo” (ORTIZ, 1983, p. 8) como aspecto central da problemática social. O pensamento bourdieusiano esforça-se pela síntese entre essas perspectivas do conhecimento, mais especificamente pela mediação dialética entre elas, no sentido de “interdeterminação histórica<sup>1</sup>” (PETERS, 2016, p. 10), embora construída com base na complementariedade entre sociedade e sujeito, agente e estrutura social, e não pela polarização ou seus contrários. Ou seja, os agentes estruturam e são estruturados pelas forças e dinâmicas do mundo social, argumento que Peters (2016, p. 8) simplifica como a “constituição dos indivíduos pela sociedade e a constituição da sociedade pelos indivíduos”. A recusa concentra-se no artificialismo tanto do objetivismo – quando, por exemplo, estabelece uma unidade para toda a classe dirigente e suas políticas explícitas – quanto do subjetivismo, que transpõe ingenuamente a questão da consciência para a ordem do grupo, na ação coletiva. (BOURDIEU, 1983a).

---

<sup>1</sup> “O mundo social não pode ser explicado somente em termos de condições objetivas ou de disposições subjetivas, mas, sim, como o **encontro histórico** dessas duas instâncias sob a forma de práticas sociais” (PETERS, 2016, p. 10, grifo nosso)

Do estruturalismo, Bourdieu rejeita a redução objetivista que nega a prática dos agentes e não se interessa senão pelas relações de coerção que eles impõem. Nega, igualmente, o determinismo e a estabilidade das estruturas, mas mantém a noção de que o sentido das ações mais pessoais e mais transparentes não pertence ao sujeito que as perfaz, senão ao sistema completo de relações nas quais e pelas quais elas se realizam (Bourdieu *et al.*, 1990:32). Com isto, ele se coloca a meia distância entre o subjetivismo, que desconsidera a gênese social das condutas individuais, e o estruturalismo, que desconsidera a história e as determinações dos indivíduos. (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 29).

O autor francês, herdeiro de uma “variante modificada do estruturalismo” (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 28), tenta minimizar análises que consideram apenas a eficácia das estruturas para se produzir regularidades, comportamentos e práticas, e negligenciam o papel dos sujeitos nesse processo. A praxiologia admite que as ações dos indivíduos “se encontram objetivamente estruturadas no interior da sociedade” (ORTIZ, 1983, p. 15), mas reconhece que, apesar do engendramento provocado pelas estruturas e de seu poder de direcionar práticas, os agentes não são meros espectadores do universo que os circundam, eles também são produtores dessa realidade. O referencial parte então da busca pela “interação entre os agentes (indivíduos e os grupos) e as instituições” para “encontrar uma estrutura historicizada<sup>2</sup> que se impõe sobre os pensamentos e as ações” (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 30). Aproximando a explicação do vocabulário bourdieusiano, os sujeitos são “estruturas estruturantes” porque os agentes tanto internalizam as regras e valores que conformam determinado espaço social quanto externalizam percepções e práticas que conservam ou transformam as “estruturas estruturadas” (BOURDIEU, 1989).

Os estudos de Bourdieu, dito de outra maneira, focam nas “estruturas e instituições em mudança neste mundo (como leituras objetivas externas) enquanto analisam a natureza e extensão da participação dos indivíduos nelas (uma leitura subjetiva interna)”. (GRENFELL, 2018, p. 277). Duas “lógicas que se interpenetram e são mutuamente geradoras, gerando as ‘estruturas estruturantes e estruturadas’”. (GRENFELL, 2018, p. 277). Quer dizer que as estruturas objetivas (condicionadas coletivamente por um conjunto de condições sociais objetivamente postas) produzem estruturas cognitivas (leitura, interpretação e ação no mundo). Estas, por sua vez, tendem a (re)produzir (ou transformar) as estruturas objetivas, ou seja, as práticas históricas. (BOURDIEU, 1983a).

No caso desta tese, essa dupla dimensão analítica será observada da seguinte forma: em âmbito estrutural-objetivo, a partir do mapeamento das configurações, interesses e disputas que movem o campo da radiodifusão pública, e em uma segunda camada subjetiva, ao buscar desvelar as crenças presentes nos argumentos dos agentes que estão vinculados a esse espaço.

---

<sup>2</sup> Situadas historicamente em dado tempo e contexto.

Outra característica que perpassa a praxiologia é a sua diferenciação das teorias marxistas, embora as noções de dominação<sup>3</sup> e de “frações” de classes<sup>4</sup> permeiem a teoria bourdieusiana. De acordo com Bourdieu (1989), o marxismo tende a privilegiar 1) “as substâncias em detrimento das relações”; 2) a ênfase econômica, que reduz “o campo social, espaço multidimensional, às relações de produção econômicas constituídas”; 3) e o objetivismo, que desconsidera as “lutas simbólicas desenvolvidas nos diferentes campos e nas quais está em jogo a própria representação do mundo social”. (BOURDIEU, 1989, p. 133). Posicionamento especialmente relevante à essa pesquisa, pois a perspectiva simbólica e subjetiva da teoria dos campos acrescenta novos olhares aos estudos sobre a radiodifusão e suas tradições estruturais ou econômicas, abordagens particularmente recorrentes nas teses e dissertações desenvolvidas no âmbito da Universidade de Brasília<sup>5</sup>.

A teoria da prática, como sugere a denominação, rompe ainda com as dicotomias entre teoria/prática e teoria/metodologia, em clara defesa da complementaridade entre os esquemas conceituais e sua “aplicação”. Há, portanto, uma “inter-relação contínua e reflexiva” entre “a construção teórica e as operações de pesquisa prática” (GRENFELL, 2018, p. 277). Novamente, uma resposta-síntese de Bourdieu a duas tradições do campo científico classicamente colocadas como antagônicas, representadas pelo teorismo das escolas francesas e pelo empiricismo das pesquisas norte-americanas. Esse processo de articulação entre teoria e prática visa transformar a descoberta (o problema de pesquisa prático) em achados científicos (teoria), numa ponte efetiva e direta entre a realidade social e o pensamento. (ROBBINS, 2018).

Michael Grenfell (2018) admite a dificuldade que a maior parte dos pesquisadores tem de enxergar as sutilezas dessa fusão entre teoria e prática, pois geralmente as abordagens teóricas são consideradas mais densas, científicas e robustas e buscam “extrair simplificar e criar hipóteses com base em achados, que são então testadas em relação a análises adicionais de dados” (GRENFELL, 2018, p. 277). O movimento de Bourdieu é inverso, fundamentado numa investigação essencialmente empírica, estrutural, relacional e dinâmica do mundo social. Segundo Grenfell (2018), o sociólogo vai da prática à teoria e depois da teoria à prática de forma tão amarrada que se torna difícil trabalhar o referencial da teoria dos campos como entidades discretas ou isoladas.

---

<sup>3</sup> A dominação, para Bourdieu, é exercida por meio da violência, sobretudo a simbólica, “coação espiritual, sobre as consciências”. (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 30).

<sup>4</sup> “Bourdieu também se afasta das categorias marxistas ligadas à luta de classes: falsa consciência, alienação, mistificação etc.”. (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 29).

<sup>5</sup> Cf. Pinheiro (2019).

O catedrático europeu valoriza, assim, a capacidade de o pesquisador colocar os conceitos à prova a partir da construção de esquemas empíricos de observação, isto é, elaborando “um programa de percepção e de ação” (BOURDIEU, 1989, p. 59) que só pode ser revelado pelo trabalho empírico. Por outro lado, ao buscar nas práticas sociais suas “estruturas organizadoras” e “seus princípios subjacentes gerados”, Bourdieu tenta mostrar como “os princípios podem ser funcionalmente operantes” (GRENFELL, 2018, p. 277), elementos esses convertidos ao âmbito teórico por meio de seus conceitos de campo, *habitus*, capital, interesse, *doxa*, violência simbólica, dentre outros.

Para romper com a passividade empirista, que não faz senão ratificar as pré-construções do senso comum, não se trata de propor grandes construções teóricas vazias, mas sim de abordar um caso empírico com a intenção de construir um modelo – que não tem a necessidade de se revestir de uma forma matemática ou formalizada para ser rigoroso –, de ligar os dados pertinentes de tal modo que eles funcionem como um programa de pesquisas que põe questões sistemáticas, apropriadas a receber respostas sistemáticas” (BOURDIEU, 1989, p. 32)

Nota-se, pelo exposto até aqui, que o ponto de partida da investigação científica bourdieusiana é a pergunta empírica, o contexto prático, e não um motivo teórico (GRENFELL, 2018). Logo, se a proposta desta pesquisa é observar a legitimidade da radiodifusão pública no país sob o referencial teórico-metodológico da sociologia dos campos, faz-se necessário adotar uma perspectiva que observa os relacionamentos invisíveis deste espaço social multidimensional chamado radiodifusão, que estrutura e ao mesmo tempo é estruturado pelo conjunto de disposições e distinções entre seus agentes. Tais princípios são construídos e efetivados ao longo de determinado período histórico, definem as posições ocupadas no referido campo e tendem a garantir a reprodução das práticas dominantes e a legitimidade de certos grupos perante outros. (GRENFELL, 2018).

A descrição acima é uma simplificação dos principais conceitos operacionais da chamada *topologia social* de Bourdieu (1989), isto é, uma representação que compreende o mundo como um espaço social de dimensões múltiplas, construído a partir da distribuição desigual das propriedades (econômica, cultural, social e simbólica) e da diferenciação entre os agentes que compõem este universo. Esse espaço é o *campo*, as propriedades são os tipos de *capitais* em disputa, as disposições e princípios dos agentes formam o *habitus* e o resultado desse jogo de interesses, grosso modo, equivale aos bens materiais e simbólicos (prestígio, reconhecimento, legitimidade) produzidos por e nesse universo. O método postulado, por conseguinte, “se presta à análise dos mecanismos de dominação, da produção de ideias, da gênese das condutas” (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 28) dos agentes de um campo.



Em diálogo com a perspectiva praxiológica, essa pesquisa desenha parte dessa gênese ou “topologia” do campo da radiodifusão pública, construída com o intuito de problematizar como suas configurações estruturais e subjetivas condicionam a legitimidade das emissoras públicas de rádio e televisão no país. Porém, a análise adota uma ótica específica, o filtro da mídia comercial sobre esse tema. Ao observar as abordagens dos conteúdos informativos e opinativos sobre radiodifusão pública, publicados por jornais impressos considerados de referência<sup>6</sup> no país, o estudo irá mapear não apenas disputas, crenças e relações de poder implícitas no campo, mas também quais são os argumentos construídos e quais são os agentes que falam, direta ou indiretamente, em nome deste campo. Defende-se que as disputas simbólicas que permeiam a constituição e conformação da radiodifusão pública residem nesse jogo de poder de falar como agente legítimo do campo, ou de silenciar vozes e interesses que não representam as suas forças dominantes. Dessa forma, é imprescindível esmiuçar os principais conceitos postulados pela teoria de Bourdieu.

### ***2.1 Campo, um espaço de disputas***

Entre as várias analogias para descrever metaforicamente o conceito bourdieusiano de campo, Patrícia Thompson (2018) destaca três noções importantes: 1) um campo de uma partida de futebol; 2) um campo similar aos dos filmes de ficção científica e 3) um campo de forças, na perspectiva da Física. Antes, a autora situa a expressão “campo” no português e no inglês (*field*), que à primeira vista remete à imagem de uma campina (*le pré*, em francês) ou planície. Diferentemente da alusão de Bourdieu, *le champ*, cujo significado se aproxima de um terreno de batalhas ou ainda de uma área do conhecimento, logo, um espaço delimitado de disputas.

O paralelo com um campo onde se joga uma partida de futebol justifica-se pelas características de se constituir esse lugar determinado, com regras particulares, cujos jogadores têm habilidades específicas e posições definidas que determinam o que eles fazem e em quais lugares podem ir (THOMPSON, 2018). A situação desse campo – a qualidade da grama ou se ele está molhado, por exemplo – também interfere nas condições de jogo e têm “efeito no que os jogadores podem fazer e, portanto, em como o jogo pode ser jogado”. (THOMPSON, 2018, p. 97). Simplificando Bourdieu, o jogo de futebol simbolizaria uma representação da vida

---

<sup>6</sup> Além dos critérios de tiragem e circulação em nível nacional, adota-se o conceito aplicado por Zamin (2014): são considerados jornais de referência aqueles que possuem atributos como prestígio, seriedade, tradição, credibilidade, diagramação sóbria, sofisticação estilística e relevância na conformação da opinião pública.

social, “competitivo, com vários agentes utilizando *estratégias diferentes para manter ou melhorar suas posições*” (THOMPSON, 2018, p. 98, grifo nosso).

[...] o campo social consistia em posições ocupadas por agentes (pessoas ou instituições) e o que acontece no campo é, conseqüentemente, limitado. Portanto, existem limites ao que pode ser feito, e o que pode ser feito também é moldado pelas condições do campo. (THOMPSON, 2018, p. 97).

Um campo pode ser definido então como um espaço determinado, com regras, valores e tradições próprios, no qual agentes concorrentes lutam para alcançar interesses específicos. Dessa forma, o campo da arte, da literatura, da ciência, da alta costura, da política são o “espaço de jogo de uma luta concorrencial” (BOURDIEU, 1983b, p. 122), que possuem, cada um, “suas relações de força e monopólio, suas lutas estratégicas, seus interesses e lucros, mas onde todas essas *invariantes* revestem formas específicas” (BOURDIEU, 1983b, p. 122). Dito de outra forma, o campo se define pelas relações de força entre os protagonistas em luta, sempre situados em determinado contexto (BOURDIEU, 1983b).

A segunda equivalência apontada por Thompson, campos de força semelhantes aos das ficções científicas, ocorre pela similaridade com a ideia de espaços delimitados que criam barreiras entre o que é interno e o que é externo a esse campo, protegendo em certa medida aqueles que fazem parte de cada microuniverso e o tornando semiautônomo. Do lado de dentro, as atividades “seguem padrões regulares e ordenados e têm certa previsibilidade” (THOMPSON, 2018, p. 98), formando a ordem social deste lugar. Esse universo é estruturado hierarquicamente, pois existem grupos dominantes que são responsáveis pelas tomadas de decisões sobre o funcionamento deste mundo. Completa a caracterização desse espaço social tal como descrito por Bourdieu, o conjunto de crenças adotadas e compartilhadas por esse “pequeno mundo”, regido por leis e lógicas práticas distintas.

Os agentes que ocupam posições particulares compreendem como se comportar no campo, e essa compreensão não apenas parece “natural”, mas também pode ser explicada utilizando as verdades, ou doxa, que são o linguajar comum dentro do campo. A doxa desconhece [...] a lógica da prática que opera no campo, de modo que, mesmo ao serem confrontados com o propósito da (re)produção social do campo, os agentes conseguem explicá-lo sem refletir a respeito. (THOMPSON, 2018, p. 99).

Apesar de cada campo possuir autonomia relativa perante os outros, vale pontuar que existem padrões, similaridades e interdependências múltiplas entre os campos sociais, bem como há perfis de agentes dominantes em cada espaço. Thompson (2018) exemplifica essa influência mútua com a ideia de que o grau e o tipo de escolaridade de um indivíduo (campo educacional) podem ser diferenciadores para a sua posição no campo econômico. Dessa forma, nota-se também que a coletividade de pessoas integra mais de um campo social, sendo que

existe um espaço comum compartilhado pelos múltiplos campos, denominado por Bourdieu como *campo do poder*:

[...] as relações de forças entre as posições sociais<sup>7</sup> que garantem aos seus ocupantes um *quantum* suficiente de força social – ou de capital – de modo a que estes tenham possibilidade de entrar nas lutas pelo monopólio do poder, entre as quais possuem uma dimensão capital as que têm por finalidade a definição da forma legítima do poder. (BOURDIEU, 1989, p. 28-29).

Não obstante, esse espaço social comum não determina unilateralmente as dinâmicas de cada “microespaço”, ao contrário, o sociólogo fala em influência mútua, conjunta e contínua, uma vez que “o que ocorre no campo do poder molda o que pode ocorrer num campo social, ao mesmo tempo em que aquilo que ocorre num campo social molda o campo de poder e também pode influenciar outros campos sociais” (THOMPSON, 2018, p. 100).

A força que cada campo exerce sobre o outro sugere a terceira metáfora para o conceito de campo, assinalada por Thompson (2018). Em aproximação conotativa à Física, Bourdieu propôs “que se pode pensar um campo como constituído por forças opostas, ou seja, *quiasmáticas*”, cujo capital cultural e capital econômico funcionam como “dois polos hierarquizados” (p. 100). Embora o último polo detenha mais *status* e os campos culturais sejam em grande medida dominados pelo campo econômico, os dois grupos possuem vantagens significativas no campo do poder<sup>8</sup>. O sociólogo conduziu vários estudos nesse sentido, pelo posicionamento dos agrupamentos sociais a partir de dados que revelam gradações de acordo com o volume e o tipo de capitais possuídos pelos agentes (THOMPSON, 2018).

Para esta tese, a relevância de tal perspectiva se dá pelas correlações entre a distribuição dos capitais em jogo, a mobilização dos atores em torno dessas disputas e a influência de cada grupo perante o macrocampo do poder. Isso porque, segundo a teoria bourdieusiana, a configuração do campo se desenha pelas relações de força e pelas estratégias adotadas pelos agentes para conservar (ou transformar) essa ordem estabelecida. (ORTIZ, 1983). Se as disputas no campo não são equânimes, pois dependem das posições ocupadas pelos agentes nesses locais e da distribuição dos bens materiais e simbólicos entre eles, as definições desse espaço passam pelo poder que cada agente tem de mobilizar as forças que estão em jogo.

<sup>7</sup> Posições ocupadas preferencialmente pela classe dominante, “conceito realista que designa uma população verdadeiramente real de detentores dessa realidade tangível que se chama poder” (BOURDIEU, 1989, p. 28).

<sup>8</sup> De acordo com Swartz (2017), o campo do poder representa “os estratos superiores da estrutura de classes da qual indivíduos e grupos trazem alto nível de vários tipos de capitais na sua luta por distinção e poder. O campo do poder é especialmente uma arena de luta entre portadores de capital econômico e capital cultural”. Em outro trecho, o autor destaca que o campo do poder “é definido como espaço de conflitos no qual os portadores do capital (em sua diversidade estrutural) lutam especialmente pelo poder sobre o Estado”. (p. 88).

Existem então polos dominantes e dominados, uma “hierarquia social dos campos” que orienta práticas e escolhas feitas pelos agentes. Bourdieu (1983b) completa que, em determinado estado do campo, os investimentos e conseqüentemente a capacidade de lucros materiais e simbólicos dos agentes dependem: 1) da importância deste ator no campo; 2) do capital detido por ele; 3) do seu potencial de reconhecimento; 4) da sua posição atual e potencial no campo. A lógica (tendência ou trajetória provável) é a de que os dominantes adotem estratégias de conservação para assegurarem os lucros a eles prometidos e a perpetuação da ordem da qual compactuam, enquanto os dominados precisam de estratégias de subversão para derrubarem essa lógica e redefinirem os princípios de legitimação e dominação do campo.

Ilustrativamente, observa-se o campo científico, por exemplo, onde “os dominantes são aqueles que conseguem impor uma definição de ciência segundo a qual a realização mais perfeita consiste em ter, ser e fazer aquilo que eles têm, são e fazem” (BOURDIEU, 1983b, p. 128). Nessa medida, os dominantes compartilham de uma “opinião comum”, cuja legitimidade gera eficácia simbólica, um “sistema de normas e valores que a ‘comunidade científica’, grupo indiferenciado, imporá e inculcará a todos os seus membros” (p. 128-129). Os dominantes têm interesse em impor uma “representação do universo científico, sobretudo aos seus concorrentes”, bem como “em perpetuar um sistema que esteja em conformidade com seus interesses” (p. 129), e silenciar os interesses diferentes é uma das maneiras de se alcançar essa representação “comum”, construída como legítima.

Nesse sentido, alterações significativas nas estruturas do campo só são alcançadas por meio da heresia, ou seja, por mudanças de ordem que irão colocar em xeque os princípios da antiga ordem, instaurando alternativas (BOURDIEU, 1983b). O embate entre heterodoxia e ortodoxia, continuidade e ruptura, novatos e veteranos, entretanto, não é colocado como forças opostas, mas como motor da própria dinâmica de funcionamento do campo, pois esse espaço se constitui muito mais pelos consensos, que garantem sua reprodução, do que pela transformação. A doxa se atrela justamente à ideia desse consenso, o “conjunto de pressupostos que os antagonistas admitem como sendo evidentes, aquém de qualquer discussão, porque constituem a condição tácita da discussão” (p. 145). O conceito se constitui como o pano de fundo comum na luta entre a heterodoxia e a ortodoxia, o conjunto do que é admitido dentro do campo, os interesses compartilhados, bem como seus próprios limites, ou seja, o que é deixado de fora desse espaço concorrencial (BOURDIEU, 1983b).

Embora muitas das críticas dirigidas à teoria dos campos envolva sua rigidez e determinismo, ou seja, sua tendência à reprodução sem espaço para rupturas, não é isso que Bourdieu postula. A transformação dos espaços é alcançada pela ação política a partir da

consciência das regras do campo, do conhecimento do mundo social e do que está em jogo, do tornar público o que aparentemente se apresenta em estado individual, mas que na verdade forma consensos do campo (BOURDIEU, 1983b). Assim, “traçar a *história* de seu formato, operações e conjunto de conhecimento específicos exigidos para mantê-lo e adaptá-lo” (THOMPSON, 2018, p. 99) significa entender como ocorrem as mudanças dentro do campo.

E como o campo efetivamente se estrutura? Como se dá o seu funcionamento? Na defesa de Bourdieu (1983b), pela análise da “**distribuição do capital** específico, resultado das **lutas anteriores** que se encontra **objetivado nas instituições** e nas **disposições** [*habitus*] e que comanda as estratégias e as chances objetivas dos diferentes agentes ou instituições” (p. 133, grifo nosso). No trecho, o sociólogo introduz a ideia de capital e *habitus*, que amarram o tripé central da sua teoria dos campos, bem como enfatiza a interdependência entre estruturas e sujeitos, corroborando com a ideia de Grenfell (2018) de que o referencial de Bourdieu não funciona como entidade discreta e pede uma complementaridade, quase uma cumplicidade, entre seus conceitos.

## ***2.2 O habitus e as predisposições compartilhadas***

Se o conceito de campo pode ser comparado ao local onde se disputa um jogo de futebol, a ideia de *habitus* equivale às maneiras de se jogá-lo. São os princípios internalizados pelos sujeitos responsáveis por gerar estratégias frente às situações do campo. Contudo, cada jogador não tem o domínio completo sobre as condições da partida, do campo e dos outros atletas. Eles têm pontos de vistas particulares “sobre os acontecimentos com base em suas posições, e eles conseguem adquirir uma noção de velocidade, ritmo e das regras não escritas do jogo ao longo do tempo e da experiência”, chamada de “senso do jogo”. (MATON, 2018, p. 80). Tal conhecimento prático é a fonte do *habitus*, essas disposições compartilhadas, regulares e incorporadas pelos indivíduos. Ele encadeia ações objetivamente organizadas como estratégias, mas que não são resultado de uma intenção individual estratégica plena e consciente. (BOURDIEU, 1983a).

Para além da analogia esportiva, Karl Maton (2018) explica que as pessoas, no geral, têm a sensação de que são livres, quando na verdade suas decisões do dia a dia são tomadas com base “em pressuposições sobre o caráter, comportamento e atitudes previsíveis” (p. 75) dos outros, ou seja, pelas regularidades das práticas sociais. O *habitus* corresponderia à essa “interiorização, pelos atores, dos valores, normas e princípios sociais” que garante “a adequação

entre as ações do sujeito e a realidade objetiva da sociedade como um todo.” (ORTIZ, 1983, p. 15)

Maton (2018) ainda coloca a ideia como a principal e mais original contribuição de Bourdieu para as Ciências Sociais e afirma que o *habitus* provavelmente é o mais citado dentre os conceitos da teoria dos campos<sup>9</sup>. Isso porque ele é o operador da articulação entre estrutura e agente; sociedade e indivíduo; objetivo e subjetivo; externo e interno. A noção liga as circunstâncias ordenadas e conjunturais do presente e do passado (realidade objetiva) às internalizações e externalizações do *habitus* (exercícios subjetivos); “a existência das regularidades à experiência da ação”. (MATON, 2018, p. 81)

Por conseguinte, o entendimento das práticas ocorre pela explicação da “relação entre a estrutura objetiva que define as condições sociais de produção do *habitus* (que engendrou essas práticas) com as condições do exercício desse *habitus*, isto é, com a conjuntura que, salvo transformação radical, representa um estado particular dessa estrutura” (BOURDIEU, 1983a, p. 65). Em outras palavras, as disposições dos agentes, orientadoras de suas ações, são socialmente constituídas e ao ser internalizadas por eles geram “percepções, apreciações e práticas” (MATON, 2018, p. 75) que subjetivamente reproduzem ou transformam as estruturas objetivas.

Exemplificamente, a experiência particular de cada pessoa pode até ser única, em nível individual, porém são sempre compartilhadas estruturalmente com outros que ocupam posições similares, como “classe social, gênero, etnia, sexualidade, ocupação, nacionalidade, região”. Posições que “engendram experiências estruturalmente semelhantes de relações, processos e estruturas sociais”. (MATON, 2018, p. 78). Para além da interiorização, pelos sujeitos, das normas, valores, ideologias, códigos de conduta e ações do comportamento, Lago (2015) frisa que o *habitus* opera como “um sistema classificatório” que “orienta nossa forma de ver, entender, perceber o mundo e mesmo de identificar o real” (p. 735). Assim, mesmo na individualidade e na diferença, há regularidades nas práticas e nas formas de entender o mundo.

Bourdieu (1983a) define *habitus* como um sistema subjetivo, porém não individual, “de estruturas interiorizadas, esquemas de percepção, de concepção e de ação, que são comuns a todos os membros do mesmo grupo ou da mesma classe e constituem a condição de toda a objetivação e de toda a percepção” (p. 79). São sistemas “de disposições duráveis, estruturas

---

<sup>9</sup> Thiry-Cherques (2006) também aponta que *habitus* é o conceito mais conhecido do autor francês. No entanto, vale ressaltar que levantamento de Oliveira e Martins (2020) revela que essa é a ideia com menor apropriação nos artigos científicos da área de Comunicação.

estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como **princípio gerador e estruturador das práticas e representações**” (p. 61, grifo nosso).

Ela é [uma propriedade] “estruturada” pelo nosso passado e circunstâncias atuais, como a criação na família e as experiências educacionais. Ela é “estruturante” no sentido de que nosso *habitus* ajuda a moldar nossas práticas atuais e futuras. Ela é uma “estrutura” por ser ordenada sistematicamente, e não aleatória ou sem nenhum padrão. (MATON, 2018, p. 75).

Ou seja, “uma maneira de ser, um estado habitual”, uma “predisposição, uma tendência, uma propensão, uma inclinação”, orquestradas coletivamente pelos agentes, mas sempre estruturadas por uma realidade objetiva. (BOURDIEU 1983a, p. 60-61). Importante frisar que tal subjetividade não “pertence exclusivamente ao domínio da individualidade” (ORTIZ, 1983, p. 17) por se tratar de internalizações sociais, isto é, matrizes “da percepção, de apreciação e de ação” (p. 19) condicionadas por determinadas circunstâncias estruturadas socialmente e coletivamente, das quais os sujeitos não têm o domínio completo. Como dito, o *habitus* funciona como “um sentido do jogo que não tem necessidade de raciocinar para se orientar e se situar de maneira racional num espaço”. (BOURDIEU, 1989, p. 62), situação que, exatamente por sua aparência espontânea e desinteressada, se perpetua com êxito.

Para citar um exemplo dos estudos de Bourdieu, o gosto não é uma escolha apenas subjetiva. É uma “objetividade interiorizada”, ou seja, há elementos externos que guiam e determinam as questões estéticas, reproduzindo “as relações de poder que se encontram objetivadas” (BOURDIEU, 1983a, p. 25) na sociedade. Tais elementos são estruturados pelas instituições de socialização dos agentes, como família e escola, e pela distribuição dos capitais entre eles (ORTIZ, 1983), “nossa prática é resultado das relações entre nossas disposições (*habitus*) e nossa posição num campo (*capital*), dentro do estado atual do jogo nessa arena social (*campo*)”. (MATON, 2018, p. 76).

Outro caso ilustrativo, mencionado por Thiry-Cherques (2006), é o de um trabalhador qualquer, operário ou pianista, que não é livre para improvisos e criações completamente à sua maneira. Ele estará limitado aos códigos e preceitos da estrutura estruturada do campo. “Mas, dentro de limites, de restrições inculcadas e aceitas, a sua conduta, a improvisação e criação são livres: conformam a estrutura estruturante do *habitus*”. (p. 32).

[...] o *habitus* é um **sistema de disposições, modos de perceber, de sentir, de fazer, de pensar**, que **nos levam a agir de determinada** forma em uma circunstância dada. As disposições não são nem mecânicas, nem determinísticas. **São plásticas, flexíveis. Podem ser fortes ou fracas.** Refletem o exercício da faculdade de ser condicionável, como capacidade natural de adquirir capacidades não-naturais, arbitrárias (Bourdieu, 2001:189). São adquiridas pela interiorização das estruturas sociais. Portadoras da história individual e coletiva, **são de tal forma internalizadas que chegamos a**

**ignorar que existem. São as rotinas corporais e mentais inconscientes, que nos permitem agir sem pensar.** O produto de uma aprendizagem, de um processo do qual já não temos mais consciência e que se expressa por uma atitude “natural” de nos conduzirmos em um determinado meio. (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 33, grifo nosso).

Na visão de Bourdieu (1983a), portanto, cada modo de engendramento, ou “condições de existência”, impõe definições diferentes sobre o que é possível ou não, provável ou não, certo ou não e faz “alguns sentirem como naturais ou razoáveis práticas ou aspirações que outros sentem como impensáveis ou escandalosas”. (p. 64). Por isso, a interiorização pelos sujeitos vai além da incorporação dos valores e normas de determinado campo e abrange os próprios “sistemas de classificações” (p. 16), as maneiras de ler o mundo que precedem a ação e são definidas de acordo as posições sociais das quais os indivíduos desfrutam (ORTIZ, 1983). Assim, o *habitus* “adequa a ação do agente à sua posição social” (p. 25).

A regularidade, unidade e sistematicidade das práticas está na “identidade das condições de existência”, que “tende a produzir sistemas de disposições semelhantes” (BOURDIEU, 1983a, p. 66). Significa que os integrantes de uma mesma classe compartilham condições objetivas bastante semelhantes que, por um lado, provocam um efeito de universalização, de particularização e de homogeneização deste grupo e, por outro, demarcam as distinções dessa classe perante as demais. O sociólogo cita o “princípio de uma harmonização objetiva das práticas e das obras”, uma vez que estruturas semelhantes inculcam a racionalidade específica de tal grupo, costurando um caráter necessário ao “sistema de esquemas de ação e de interpretação” compartilhados pelos agentes pertencentes àquele grupo. (BOURDIEU, 1983a, p. 66). Dessa forma, são as posições sociais ocupadas pelos agentes que conformam a homogeneidade de determinado *habitus*.

Explicando de outra maneira, Bourdieu (1983a) usa a seguinte metáfora para facilitar o entendimento sobre o *habitus*: ao vestirem os hábitos como se fossem o traje religioso, os indivíduos se vestem e transportam sua posição na estrutura social, tanto no presente quanto no passado. Além de marcar a posição social que o sujeito ocupa, essas “roupas” aproximam indivíduos conjunturalmente semelhantes e reafirmam distâncias entre os diferentes. Mas o “ato de vestir o *habitus*” não é uma ação explícita e consciente pelo indivíduo, ele é objetivamente e gradualmente orquestrado pelos contextos para que seja internalizado de tal forma que pareça um conjunto natural, sensato e razoável, num ajuste entre práticas e estruturas. O produto desse “ajustamento” é o “princípio da produção dessas estruturas”. (BOURDIEU, 1983a, p. 73).

Bourdieu e Wacquant (2005) reiteram que o referencial da teoria dos campos não deixa de ser uma teoria dos agentes sociais, pois ambas as ideias só funcionam inteiramente se



interrelacionadas. O condicionamento da noção de *habitus* à posição social que determinados agentes ocupam revela que o conceito só se completa por meio de uma análise perante as conjunturas do campo ou na relação entre o *habitus* característico de uma classe e a lógica do campo que o gera.

[...] as relações entre o *habitus* e o campo são contínuas, dinâmicas e parciais: eles não se encaixam perfeitamente, pois cada um tem sua própria lógica interna e história. Isso permite que a relação entre a estrutura de um campo e os *habitus* de seus membros tenha vários graus de encaixe ou desencaixe. (MATON, 2018, p. 76).

Prova disso é que a simples conversão de atitudes não tem o poder de alterar as estruturas sociais ou, por outro lado, transformações estruturais unilaterais também não promovem sozinhas as mudanças de *habitus*. (BOURDIEU, 1989). Dessa forma, o campo molda “as perspectivas, crenças e práticas dos atores” tanto quanto essas estruturam e reestruturam os espaços sociais. O campo não é uma estrutura morta ou um lugar vazio, mas “um espaço de jogo que só existe como tal na medida em que os jogadores acreditam nos prêmios oferecidos e lutam ativamente por eles”. (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 28, tradução nossa). Retomando a abordagem sobre os mecanismos que movem o campo, completa o tripé bourdieusiano conceituar esses prêmios, disputas e posições que estão em jogo, ou seja, falar sobre os capitais.

### ***2.3 Capitais em disputa: dominação, violência simbólica e legitimidade***

Até aqui, expôs-se como se dá a mútua relação entre estruturas e agentes, na qual as condições sociais engendram as maneiras de classificar e de pensar o mundo ao mesmo tempo que as escolhas individuais atuam para reproduzir ou reorganizar as relações de dominação que conformam determinado campo. Logo, são as relações entre dominantes e dominados, as hierarquias sociais, a (não) posse e a (não) incorporação dos bens materiais e simbólicos pelos agentes que caracterizam a organização de cada espaço social. O argumento implica dizer que o campo “se estrutura a partir da distribuição desigual de um *quantum* social que determina a posição que um agente específico ocupa em seu seio” (ORTIZ, 1983, p. 21). Esse *quantum* Bourdieu nomeia de capital, “a ‘energia’ que impulsiona o desenvolvimento de um campo através do tempo”, o decreto de seu princípio e as “formas específicas do poder em geral”. (MOORE, 2018, p. 141).

Um “capital” é um “recurso”, segundo o modelo do “patrimônio”, isto é, um estoque de elementos (ou “componentes”) que podem ser possuídos por um indivíduo, um casal, um estabelecimento, uma “comunidade”, um país, etc. Um capital é também

uma forma de “segurança”, especialmente do ponto de vista do futuro; tem a característica de poder, em determinados casos, ser investido e acumulado de modo mais ou menos ilimitado. (LEBARON, 2017, p. 101).

O conceito de capital como o conjunto de propriedades materiais e simbólicas de um campo amplia o significado da noção geralmente usada por estudos de ênfase econômica, vertente que segundo o autor francês não consegue ir além da abordagem sobre lucros financeiros, monetários ou interesses materiais (BOURDIEU, 1989). Na sociologia dos campos, o termo é empregado “num sistema mais amplo de trocas onde bens de tipos diferentes são transformados e trocados dentro de redes ou circuitos complexos dentro de campos diferentes, e entre eles” (MOORE, 2018, p. 136). Bourdieu reconhece a centralidade econômica das sociedades capitalistas, mas anexa à sua teoria outras formas específicas de capitais: o social, o cultural e o simbólico. Embora haja outros tipos assumidos a depender do campo analisado, como por exemplo o capital científico, linguístico, literário, político, eles se apresentam como variações daquelas três formas acima citadas (MOORE, 2018).

Para Moore (2018), a separação entre econômico e simbólico consiste no diferencial fundamental do pensamento bourdieusiano. No primeiro caso, a troca possui natureza transparente, instrumental e egoísta. “A troca mercantil não tem valor intrínseco e é sempre um meio para um fim (lucro, juros, salário etc.)” (p. 139). Em contrapartida, as formas de capital simbólico<sup>10</sup> “negam e suprimem seu instrumentalismo ao proclamarem-se desinteressada e de valor *intrínseco*”. (p. 139).

No campo das artes, por exemplo, o capital cultural é apresentado como reflexo do seu valor intrínseco das próprias obras de arte (“essencialismo”) e da capacidade de certos indivíduos talentosos (aqueles com “distinção”) de reconhecer e apreciar essas qualidades essenciais. No campo científico, o conhecimento é aparentemente procurado por si mesmo por acadêmicos desinteressados em busca da verdade. (MOORE, 2018, p. 139).

Os capitais simbólicos não deixam de ser considerados por Bourdieu como formas convertidas do capital econômico, logo, também possuem valor instrumental, mas sua força reside exatamente em sua aparência natural e na alta capacidade de ocultar suas intenções arbitrárias. Assim, cada campo simbólico define valores e hierarquias de inclusão ou exclusão (discriminação) próprios como se fossem orgânicos, quando não são. (MOORE, 2018). A lógica introduz o conceito bourdieusiano de violência simbólica, o “poder de impor – e mesmo

---

<sup>10</sup> Em seu texto sobre as formas do capital, Moore (2018) centra sua análise na distinção entre capital econômico e simbólico, classificando os demais tipos de capital, que não o econômico, como subtipos de capital simbólico, embora reconheça diferenças entre eles.

de inculcar – instrumentos de conhecimento e de expressão (taxinomias) arbitrários – embora ignorados como tais – da realidade social” (BOURDIEU, 1989, p. 12).

Bourdieu sustenta que os capitais cultural, social ou simbólico seguem lógicas próprias, porém têm seus efeitos e valores sociais ampliados ou reduzidos conforme o volume das unidades monetárias e patrimoniais dos agentes de um campo, e vice-versa. Um exemplo no campo científico: um pesquisador que desde sua origem educacional frequentou boas escolas, em geral instituições acessíveis às elites econômicas, tem maior chance de ingressar em uma universidade de renome e, posteriormente, tende a desfrutar do prestígio do seu diploma. Ou seja, o acesso a instituições prestigiadas influencia no que o autor chama de “mediação da causalidade do provável” (BOURDIEU, 1983b, p. 135), ou seja, as virtudes de origens (incluindo a social) do indivíduo potencializa suas chances objetivas de investimentos e de lucros no campo. Há, desta feita, efeitos diretos e indiretos tanto na formação quanto na carreira desse indivíduo que são impulsionados por sua inserção em universos de alto nível, tais como as influências no julgamento da qualidade dos seus trabalhos, o contato com professores prestigiados e até mesmo suas aspirações que, de acordo com Bourdieu (1983b), tendem a ser mais altas, autorizadas e favorecidas por estas estruturas. À vista disso, os chamados capitais simbólicos possuem alta arbitrariedade instrumental, reproduzindo as desigualdades e as relações de poder do campo econômico<sup>11</sup>, e eles (pela presença, raridade ou ausência) trazem vantagens ou desvantagens sociais ou culturais. (BOURDIEU, 1989; LEBARON, 2017; MOORE, 2018).

### 2.3.1 *As formas de capitais*

Ao discorrer sobre as características próprias de cada tipo de capital, Lebaron (2017) aponta que o econômico corresponde aos recursos financeiros, posses, bens imobiliários e automotivos, equipamentos ou similares correspondentes à ideia de patrimônio e que geram rendimentos ou conforto. Enquanto o capital social refere-se às relações e redes pessoais de um indivíduo ou família e os benefícios e lucros advindos delas, como influência, confiança, poder. Dito de outro modo, é “o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma *rede durável de relações* mais ou menos institucionalizadas”, vinculadas a um grupo que compartilha propriedades comuns, unido “por *ligações* permanentes e úteis”. (BOURDIEU,

---

<sup>11</sup> Bourdieu (1989) afirma que “existem homologias estruturais e funcionais entre todos os campos” (p. 67), sendo que os campos econômico e do poder tendem a se posicionar e a se reproduzir como polo dominante em grupos diferentes.

2007, p. 67, grifo do autor). O cerne dessas ligações reside nas trocas materiais e simbólicas normalmente instauradas e perpetuadas por indivíduos que reconhecem proximidades econômicas, culturais, sociais ou geográficas.

O volume do capital social que um agente individual possui depende então da extensão da rede de relações que ele pode efetivamente mobilizar e do volume do capital (econômico, cultural ou simbólico) que é posse exclusiva de cada um daqueles a quem está ligado. (BOURDIEU, 2007, p. 67).

Significa afirmar que o capital social não se reduz aos capitais econômico e cultural, mas também não é completamente independente deles pois supõe “o reconhecimento de um mínimo de homogeneidade” de um grupo, além de exercer “efeito multiplicador sobre o capital possuído com exclusividade”. (BOURDIEU, 2007, p. 67). A concentração de capital social assegura então benefícios aos indivíduos que integram esse seletivo, raro e prestigioso grupo e, por isso, é necessário produzir e reproduzir relações úteis, duradouras e geradoras de lucros. Seguindo o raciocínio de Bourdieu, as trocas materiais e simbólicas realizadas entre os agentes se transformam tanto em signos de inclusão (reconhecimento mútuo) quanto de exclusão (limites), definindo quem pertence ou não àquele grupo.

A reprodução do capital social também depende de instituições que chancelam as trocas legítimas e excluam as ilegítimas e da fabricação de ocasiões e lugares que, aparentemente ao caso, juntam os indivíduos homogêneos aos modos de existir e persistir daquele grupo. Outro fator que contribui para a reprodução do capital social são os processos de sociabilização, que garantem trocas contínuas por meio das quais os indivíduos tendem a adquirir competências específicas oriundas e cultivadas, por exemplo, pelas relações familiares, suas ligações e laços sociais e pela arte de saber utilizá-las, bem como pela disposição para obter e manter tais competências, fato que exige investimento de tempo, de esforços e, com frequência, de capital econômico. (BOURDIEU, 2007). Em suma, “o volume e a composição dos laços sociais determinam formas de ‘centralidade’, de poder e de reconhecimento no âmago de determinada sociedade” (LEBARON, 2017, p. 102).

Já o capital cultural, refere-se a um grupo de competências e disposições incorporadas pelos agentes por processos sociabilização e institucionalização, este formado por entidades como família e escola (LEBARON, 2017). A incorporação de tais disposições é uma acumulação de longo prazo e varia conforme as frações de classe e as posições sociais ocupadas pelos agentes na estrutura social, é o caso do domínio da língua culta, de habilidades matemáticas, do consumo de artes em geral, do acesso a bens e equipamentos culturais (bibliotecas, museus), dentre outros.

Pierre Bourdieu (2007) desenvolveu o conceito a partir de uma hipótese oriunda de seus estudos empíricos, a de que as chances de sucesso ou fracasso escolar de uma criança não são aptidões natas e, embora estejam diretamente relacionadas à classe social à qual ela pertence, não refletem exclusivamente os investimentos e “benefícios monetários ou diretamente conversíveis em dinheiro, como as despesas correntes dos estudos” (p. 73). A partir daí, a teoria bourdieusiana volta o olhar para a distribuição desigual de capital cultural entre as frações de classe e, conseqüentemente, ao exercício de poder simbólico, e não apenas econômico e material, que a classe dominante engendra socialmente. Para deixar mais claro, Bourdieu critica tanto as concepções econômicas quanto as funcionalistas da educação, que ignoram que o rendimento dentro do ambiente escolar “depende do capital cultural previamente investido pela família e que o rendimento econômico e social do certificado escolar depende do capital social também herdado – que pode ser colocado a seu serviço”. (BOURDIEU, 2007, p. 73). O investimento nesse bem não material e não palpável é feito a longo prazo, como apontado anteriormente, requer tempo, incorporação e valorização pelos agentes e instituições. Logo, quem “acumula” maior volume de capital cultural ao longo de sua trajetória tende a concentrar e reproduzi-lo com maior facilidade, dominando não apenas os processos de transmissão doméstica ou hereditária do capital cultural, mas sobretudo a própria definição do que é considerado valorativamente superior ou inferior dentro desse conjunto de habilidades, competências e disposições.

Importante recuperar a ideia de que a sociologia dos campos se tornou, ao longo dos anos, um esquema teórico e operacional focado na apropriação de ferramentas analíticas universais para casos particulares, embora Bourdieu postule o inverso. A partir do construto bourdieusiano, categorias gerais [*habitus*, capital, doxa, violência simbólica] são “aplicáveis” aos espaços sociais por meio da observação das relações invisíveis e específicas que movem cada campo. Dito de outro modo, o modelo, em seu conjunto, “permite pensar a posição de cada agente [e instituições] em todos os espaços de jogo possíveis” (1989, p. 135), desvelando hierarquias e lógicas dos campos a partir das relações subjetivas e objetivas estruturadas e estruturantes da distribuição dos bens materiais e simbólicos e das predisposições e estratégias sociais compartilhadas. Nesse sentido, quando o sociólogo se refere à noção de “agentes” ele não o faz estritamente em âmbito individual e “humano”. As instituições de educação formal (escolas e universidades), religiosas (igrejas), de poder político (partidos, câmaras, assembleias, prefeituras etc.), midiáticas<sup>12</sup>, por exemplo, são alçadas tanto à condição de estruturas

---

<sup>12</sup> O sociólogo francês tornou-se referência na área de Educação por aprofundar, em parte de seus estudos, o papel das estruturas escolares para a reprodução das estruturas sociais e para o engendramento das relações de poder e

reprodutoras das relações de dominação e de poder quanto ao papel ativo de agências estruturantes das trocas simbólicas e inculcadoras de maneiras legítimas de se enxergar o mundo.

Especificamente em relação ao capital cultural, Bourdieu diferencia sua existência em três estados: incorporado, objetivado e institucionalizado. No primeiro caso, sob a “forma de disposições duráveis do organismo”, no qual a “acumulação de capital cultural exige uma *incorporação* que, enquanto pressupõe um trabalho de inculcação e de assimilação, *custa tempo* que deve ser investido pessoalmente pelo investidor”. Tal incorporação, de acordo com Bourdieu, não pode ser delegada por procuração. “O trabalho de aquisição é um trabalho do ‘sujeito’ sobre si mesmo (fala-se em ‘cultivar-se’), um “ter que se tornou ser”, uma propriedade integrante da “pessoa”, um *habitus* que não pode ser transmitido de forma instantânea seja por “doação ou transmissão hereditária, por compra ou por troca”. Sua aquisição é feita essencialmente de maneira “dissimulada e inconsciente e permanece marcado por suas condições primitivas de aquisição”. O fato de sua transmissão não ser instantânea o caracteriza como uma herança “altamente dissimulada, e até mesmo invisível”, caracterizando um efeito de “prestígio” como se fosse algo inato. Por sua elevada capacidade de dissimulação, maior inclusive que a do capital econômico, o capital cultural está “mais predisposto a funcionar como capital simbólico, ou seja, desconhecido e reconhecido” e nesse aspecto de transmissão implícita reside “o princípio mais poderoso da eficácia ideológica dessa espécie de capital” (BOURDIEU, 2007, p. 74-76).

Com efeito, o economicismo deixa escapar, por definição, a alquimia propriamente social pela qual o capital econômico se transforma em capital simbólico, capital denegado ou, mais exatamente, não reconhecido. Ela ignora, paradoxalmente, a lógica propriamente simbólica da distinção que assegura, por acréscimo, benefícios materiais e simbólicos aos detentores de um forte capital cultural que retira, de sua posição na estrutura da distribuição do capital cultural, um *valor de raridade*. (BOURDIEU, 2007, p. 75, grifo do autor).

---

dominação na sociedade. Ainda com relação à produção cultural e simbólica, desenvolveu gêneses mais sistematizadas sobre os campos da arte e literatura (1996), ciência (2008), religião (2007d) enquanto, em publicações mais dispersas (BOURDIEU, 1997, 1989, 2005), sugere o potencial da mídia (especialmente do jornalismo) no campo cultural, mas a ênfase ao exercício simbólico de inculcação de sentidos e valores na sociedade pelos meios de comunicação tende a ser explorada pelo autor sob perspectiva mais geral e integralmente apocalíptica, enfatizando seu potencial de dano à democracia ou aos cidadãos por sua capacidade de exercício de violência simbólica. A presente tese faz uma releitura da teoria bourdieusiana, reposicionando os sistemas de mídia, dos veículos de massa à internet, à condição de centralidade nas sociedades contemporâneas (THOMPSON, 2011) incluindo a perspectiva relacional do próprio Bourdieu às análises e extrapolando o âmbito potencial de “dano social” dos meios de comunicação ao defender que um ecossistema mais democrático e equilibrado de mídia, com o fortalecimento da participação de atores diversos e plurais no processo de lutas simbólicas dentro do campo, torna-se pilar crucial para a solidez das democracias.

O segundo estado do capital cultural, o objetivado, corresponde à posse e à transmissão de bens culturais em seu suporte material – escritos, quadros, obras, monumentos, equipamentos etc. Na visão de Bourdieu (2007), os bens culturais podem ser apropriados materialmente, por meio de capital econômico, ou por apropriação simbólica, que necessariamente pressupõe a mobilização do capital cultural. Esse aspecto é importante porque é nele que se manifesta a “força coletiva dos detentores do capital cultural” (p. 77), uma vez que a posse estritamente econômica dos instrumentos de produção (materiais ou culturais) coloca o polo dominante em vantagem competitiva no campo, entretanto, “se insistirmos no fato de que tiram seus benefícios da utilização de uma forma particular de capital, colocamos no lado dos dominantes”. (BOURDIEU, 2007, p. 77)

Para possuir máquinas, basta ter capital econômico; para se apropriar delas e utilizá-las de acordo com sua destinação específica (definida pelo capital científico e tecnológico que se encontra incorporado nelas), é preciso dispor, pessoalmente ou por procuração, de capital incorporado. (BOURDIEU, 2007, p. 77)

A sociologia bourdieusiana postula que o capital cultural, mesmo sendo produto de uma ação histórica, objetiva-se socialmente de tal maneira que ultrapassa as vontades e apropriações individuais. Por outro lado, ele só existe como “capital ativo e atuante, de forma material e simbólica, na condição de ser apropriado pelos agentes e utilizado como arma e objeto das lutas que se travam nos campos da produção cultural”, entre eles o midiático, “onde os agentes obtêm benefícios proporcionais ao domínio que possuem desse capital objetivado, portanto, na medida de seu capital incorporado” (BOURDIEU, 2007, p. 77).

Em terceiro aspecto, o francês constrói a noção de capital cultural em seu estado institucionalizado, uma “forma de objetivação” que confere propriedades originais e reconhecimento institucional ao capital cultural, como o certificado escolar. (BOURDIEU, 2007, p. 74). Dito de outro modo, uma “certidão de competência”, o *poder de instituir*, poder de fazer ver e de fazer crer, ou numa só palavra, de fazer *reconhecer*. (BOURDIEU, 2007, p. 78, grifo do autor).

É a mesma *diacrisis* originária que institui o grupo como realidade, ao mesmo tempo, constante (ou seja, transcendente aos indivíduos), homogênea e diferente, pela instituição arbitrária e desconhecida como tal de uma fronteira jurídica, e que institui os valores últimos do grupo, aqueles que têm por princípio a crença do grupo em seu próprio valor e que se definem na oposição aos outros grupos. (BOURDIEU, 2007, p. 78, grifo do autor).

Tal reconhecimento institucional consegue estabelecer comparações, permutas e “taxas de convertibilidade entre o capital cultural e o capital econômico”, ou seja, qual o valor no plano simbólico, do “detentor de determinado diploma em relação aos outros detentores de diploma

e, inseparavelmente, o valor em dinheiro pelo qual pode ser trocado no mercado de trabalho” (BOURDIEU, 2007, p. 79).

Além das dimensões econômica, social e cultural, o francês ainda desenvolveu a ideia de capital simbólico, estruturante na sociologia dos campos, e que necessariamente está associado a essas outras formas de capital (LEBARON, 2017). Ao reinterpretar Bourdieu, Peters (2020) enfatiza que o capital simbólico não designa um tipo específico de capital, mas a forma que eles assumem quando se exprimem “em marcas distintivas de autoridade e prestígio”, como reputação, notoriedade, renome, reconhecimento. “Nesse sentido, a operação de qualquer espécie de capital está fundada sobre o reconhecimento social de sua legitimidade como instrumento de poder, isto é, de sua transmutação em capital simbólico. (PETERS, 2020, [s.p.]

O capital simbólico de um indivíduo (mas também de um grupo, de uma instituição, de um país, etc.) é definido pelo “olhar” depositado (o “valor” dado) pelo resto da sociedade sobre esse indivíduo (e, respectivamente, sobre esse grupo, essa instituição, esse país). Há, portanto, uma dimensão intrinsecamente “relacional” e coletiva. É, antes de tudo, o estatuto simbólico, em sua dimensão mais concreta, que corresponde ao fato de ser “reconhecido” e “valorizado” (“considerado”, “apreciado”, “amado”, etc.). (LEBARON, 2017, p. 102).

Sintetizando o tópico, os diferentes tipos de capital “podem ser acumulados, convertidos uns nos outros, transmitidos de geração em geração, mas de maneiras muito variáveis e dependentes dos contextos sociais que condicionam seu ‘valor social’”. Inseridos no campo, parte relevante das estratégias adotadas pelas instituições e pelos indivíduos – quase nunca de maneira explícita e consciente – serão traçadas para manter ou ampliar a posse desses tipos de capital, sendo que “o valor relativo dos diferentes tipos de capital torna-se, por sua vez, um fator de lutas simbólicas”. (LEBARON, 2017, p. 103).

Na visão de Lebaron (2017), a exposição midiática é uma forma particular de capital simbólico, pois alçam indivíduos à condição de personalidades públicas, reconhecidas e notórias. Seguindo esse raciocínio, defende-se aqui o argumento de que a mídia concentra transmissão de capital cultural e conseqüentemente simbólico nas sociedades contemporâneas. No caso da mídia comercial, as disputas e influências estão relacionadas ao poder e aos interesses econômicos em jogo, mas não apenas. Dessa maneira, essa tese centrará suas análises nas lutas simbólicas travadas no campo da radiodifusão pública e na construção de sua legitimidade social.



### 2.3.2 Poder simbólico, violência simbólica e dominação

As ações dos agentes no campo não são neutras, mas movidas pelo interesse em lucros materiais e simbólicos. Então eles investem, na maior parte das vezes de forma inconsciente ou objetivada (que foge à individualidade subjetiva), em determinados tipos de capitais com o intuito de acumulá-los. O polo dominante, detentor do máximo de capital específico daquele campo, irá lutar pela ortodoxia, “para conservar sua posição, secretar uma série de instituições e de mecanismos que assegurem seu estatuto de dominação” (ORTIZ, 1983, p. 22). O dominado, caracterizado pela ausência ou pouca concentração de capital, adotará práticas heterodoxas que tendem à subversão e ao confronto com a ortodoxia para “desacreditar os detentores reais de um capital legítimo” (ORTIZ, 1983, p. 22). O valor social do capital irá variar a depender dos contextos sociais de cada campo, tornando-se, dessa forma, objeto de lutas simbólicas entre os agentes (LEBARON, 2017).

As lutas internas do campo tendem à manutenção das posições e regras do próprio campo, segundo Bourdieu, sendo que uma atitude leva a outra, buscando um “equilíbrio instável”. As divisões e tensões no campo promovem um “movimento perpétuo”, uma vez que as lutas são produzidas “pelas estruturas constitutivas do campo” e “reproduz as estruturas e hierarquias deste”. Os agentes, portanto, lutam para manter ou melhorar sua posição no campo, ou seja, “para conservarem ou aumentarem o capital específico que só no campo se gera”. (BOURDIEU, 1989, p. 85). Em outras palavras, o campo é um jogo no qual “as vontades, as intenções, as aspirações que dão vida aos agentes e que, sendo produzidas pelo jogo, dependem da sua posição no jogo e, mais exatamente, do seu poder sobre os títulos objetivados do capital específico” (p. 86).

A posição de um determinado agente no espaço social pode assim ser definida pela posição que ele ocupa nos diferentes campos, quer dizer, na distribuição dos poderes que atuam em cada um deles, seja, sobretudo, capital econômico – nas suas diferentes espécies –, o capital cultural e o capital social e também o capital simbólico, geralmente chamado prestígio, reputação, fama, etc. que é a forma percebida e reconhecida como legítima das diferentes espécies de capital. (BOURDIEU, 1989, p. 135).

Na definição bourdieusiana, o poder simbólico é a eufemização das relações de força, a transfiguração de outras espécies de capital para capital simbólico ou ainda o “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e crer, de confirmar ou transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo”. Um “poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico

de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer ignorado como arbitrário”. (BOURDIEU, 1989, p. 14).

Para Bourdieu, esse poder quase invisível – o simbólico – atua em todos os níveis da vida social, manifestando-se nos chamados sistemas simbólicos, construindo a realidade, estabelecendo o sentido imediato do mundo social, não se reduzindo à função comunicativa, tendo, para além dessa, a função política. É nesse sentido que os símbolos são instrumentos de integração social, de conhecimento e de dominação. (BARBOSA, 2007, p. 30).

Exemplo de luta simbólica é a disputa pela autoridade científica, campo onde acumular capital social significa fazer “nome próprio, um nome conhecido e reconhecido”, uma marca que diferencia quem a possui e o coloca visível perante o “fundo indiferenciado, despercebido, obscuro, no qual se perde o homem comum” (BOURDIEU, 1983b, p. 132). Para alcançar, manter e reproduzir esse *status*, os agentes dominantes do campo desenvolvem estratégias, ordenadas e orientadas pelo *habitus*, que legitimam e naturalizam os privilégios do grupo. (NOGUEIRA; CATANI, 2007).

Nesse sentido, os detentores de capital não podem manter sua posição na estrutura social (ou na de um dado campo, como por exemplo o artístico e ou o jurídico) “senão ao preço de *reconversões* das espécies de capitais que detêm, em outras espécies mais rentáveis e/ou mais legítimas no estado considerado dos instrumentos de reprodução”. (NOGUEIRA; CATANI, 2007, p. 11).

Ao refletir sobre a educação, Bourdieu alega a existência de um imperialismo cultural, cujo poder se encontra na capacidade de “universalizar os particulares” ou de valorizar “uma tradição histórica singular”, sendo ela reconhecida socialmente como universal (BOURDIEU, 2007c, p. 17). Equivale a afirmar que os agentes hegemônicos ou dominantes não apenas têm a pretensão de universalizar visões de mundo que são particulares como conseguem legitimá-las como naturais, tornando-as lugar-comum. Além disso, esses agentes também têm o poder de invisibilizar ou neutralizar visões e conseguem deixar o diferente de fora do debate. Eles se constituem “tacitamente como modelo e medida de todas as coisas” (BOURDIEU, 2007c, p. 18), processo que se constitui como o exercício de violência ou dominação simbólica.

Frisa-se, portanto, que as práticas de cada campo estão permeadas por interesses e a luta entre os agentes consiste no engajamento “para impor o valor de seus produtos e de sua própria autoridade de produtor legítimo” neste espaço, isto é, **o poder de impor a definição do que é válido ou não no campo ou que faz parte do jogo**, de acordo com as suas motivações específicas. (BOURDIEU, 1983b, p. 127). Retomando o caso do campo da ciência, cada agente entra na disputa pela determinação de quais problemas, métodos e teorias podem ser considerados científicos, sendo que “a definição mais aproximada será a que lhe permita ocupar

legitimamente a posição dominante [no campo] e a que assegure, aos talentos científicos de que ele é detentor a título pessoal ou institucional, a mais alta posição na hierarquia dos valores científicos” (BOURDIEU, 1983b, p. 127-128).

A noção de sistema simbólico de Bourdieu passa ainda pela proposição de que o mundo social, principalmente por meio das propriedades e suas distribuições, se organiza a partir de uma lógica da diferença, “inscrita na própria estrutura do espaço social quando percebida segundo as categorias apropriadas a essa estrutura” (BOURDIEU, 1989, p. 144). Dito de outro modo, a distinção – sinônimo de capital simbólico – entre os agentes de determinado campo se dá a partir do “conflito simbólico pela imposição de uma dada representação da sociedade” (p. 4), pela disputa em torno da produção do senso comum ou ainda pela construção de visões de mundo legítimas, tão “evidentes” e “naturais” que se transmutam em uma “coincidência quase perfeita das estruturas objetivas e das estruturas incorporadas” (BOURDIEU, 1989, p. 145).

As lutas do campo intelectual e político, por exemplo, têm o poder simbólico de usar uma categoria particular de sinais para determinar “a visão e o sentido do mundo natural e social” (BOURDIEU, 1989, p. 72), mais especificamente, “de produzir, impor e inculcar a representação legítima do mundo social” (BOURDIEU, 1983b, p. 148). Extrapolando a interpretação de Bourdieu, defende-se nesta tese que a mídia, de uma forma geral, e a radiodifusão, de maneira particular, possuem esse poder e capital simbólico como característica intrínseca.

Essa noção [poder simbólico] facilmente compreensível, tem sido largamente utilizada nos estudos em Comunicação, já que aponta para uma dominação que se dá por meio da cultura e dos aparatos de produção de bens simbólicos, essenciais para garantir que a dominação seja reconhecida como legítima, atuando para que se imponha, sem que se perceba, as significações que se coadunam com os interesses dos dominantes. (LAGO, 2015, p. 738)

É evidente nos dias atuais que os fluxos informacionais<sup>13</sup>, em particular aqueles mediados por “novas” e “velhas” tecnologias, estão interconectados à vida das pessoas, instituições, governos e mercados. Por isso, reitera-se que a informação é instrumento para “compreender e significar o cotidiano, assim como para desenvolver estratégias a partir da antecipação de cenários futuros de curto prazo”. (BRANDÃO, 2010, p. 234). Posição

<sup>13</sup> No livro *Sobre o Estado* (2014), Bourdieu sugere que o capital cultural está subordinado ao capital informacional, responsável pela unificação do mercado cultural. O francês chega a mencionar que a acumulação (e monopólio) do capital informacional é indissociável do nascimento do Estado, que “não se contenta em concentrar a informação, ele a trata e a redistribui (é um recurso raro) e a redistribui de modo diferencial” (BOURDIEU, 2014, [s.p.]). Todavia, essa diferenciação entre capital informacional e cultural não foi encontrada em outras obras do sociólogo consultadas por essa pesquisa. Dessa forma, adota-se a noção de capital cultural mais clássica e abrangente de Bourdieu, embora reconheça-se a potencialidade de se trabalhar com o horizonte do capital informacional, sobretudo nos estudos de mídia, como parte dessa estrutura.

compartilhada por John B. Thompson (2011) que, ao situar cultura como uma forma simbólica de organizar o mundo, coloca as formas midiáticas de comunicação como a principal instituição de produção e transmissão cultural nas sociedades modernas, sobretudo no que se refere aos seus impactos a longo prazo.

O argumento é uma resposta às teorias sociais clássicas, que usualmente posicionam os meios de comunicação de forma periférica ou secundária “com relação às instituições essenciais das sociedades modernas como o Estado, a economia, a família e assim por diante”. (THOMPSON, 2011, p. 9). Segundo o autor, o desenvolvimento da comunicação mediada por tecnologias de informação e de vigilância inaugura “novos campos de ação e interação que envolvem formas características de visibilidade e nos quais as relações de poder podem mudar de formas rápidas, dramáticas e imprevisíveis” (p. 13). Como consequência, as redes de comunicação e os fluxos de informação reorganizam as noções de espaço e de tempo na vida social, se torna uma nova maneira de se exercer o poder ao mesmo tempo que se entrecruzam com outras formas de poder, sendo usadas por atores coletivos ou individuais para a conquista de objetivos diversos. (THOMPSON, 2011).

Na leitura de Thompson (2011), o capital cultural de Bourdieu equivale às “habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e do conteúdo simbólico” (p. 42), sendo que os meios de comunicação controlam tanto os fluxos de informação quanto o “prestígio acumulado, o reconhecimento e o respeito tributados a alguns produtores ou instituições” (p. 42), ou seja, o capital simbólico.

As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva. Usarei o termo “poder simbólico” para me referir a essa capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e transmissão de formas simbólicas. (THOMPSON, 2011, p. 42).<sup>14</sup>

O capital informacional é percebido então por suas propriedades de insumo cultural, capaz de gerar “valor-informação com importantes desdobramentos no plano material, podendo ser convertido em capitais econômico e social”. (BRANDÃO, 2010, p. 235). Se, para Bourdieu (1983b), a construção do mundo passa pela construção da visão e da representação desse

---

<sup>14</sup> Embora a expressão “poder simbólico” usada por Thompson (2011) tenha sido originária da teoria de Bourdieu, o autor estadunidense enfatiza que sua elaboração se diferencia da postulação do francês, que considera haver o exercício do poder simbólico apenas quando há um desconhecimento da sua existência por parte de quem está submetido a ele. Para o norte-americano, o “exercício do poder simbólico muitas vezes implica uma crença comum e ativa cumplicidade e em alguns casos estas crenças podem estar erroneamente enraizadas numa compreensão limitada das bases sociais do poder, mas estas deveriam ser vistas mais como possibilidades contingentes do que pressuposições necessárias”. (p. 42).

mundo, a mídia e os veículos de comunicação são por excelência agências que produzem, distribuem e até mesmo controlam o fluxo de informação na sociedade, figurando em posição privilegiada na disputa simbólica pela construção dessas visões e representações do mundo. Vale lembrar que a produção, a distribuição e o acesso à informação e à comunicação se dão de forma extremamente desigual em níveis locais, regionais e globais, variando sobretudo em decorrência de condições socioeconômicas dos indivíduos, grupos ou países.

Se as lutas simbólicas são representadas pela disputa em torno da produção e imposição da visão legítima do mundo, as chances de sucesso simbólico de cada fração de classe irão variar de acordo com a força relativa (econômica, política, social e cultural) do grupo no campo. Logo, os critérios e os princípios de hierarquização que estão em jogo tendem a ser condicionados pelos interesses dos grupos com mais poder no campo e quanto mais desigual for a distribuição de capitais entre os concorrentes, mais desequilibrada será a disputa e menos homogêneo o campo.

A pesquisadora Marialva Barbosa (2007) complementa que existem “especialistas da produção simbólica (isto é, todos aqueles que têm o poder de nomeação na sociedade, inclusive os jornalistas)” (p. 29) e são eles que lutam pela legitimidade do monopólio da violência simbólica, quer seja, pelo “poder de impor ou inculcar instrumentos de conhecimento e de expressão, que, embora arbitrários, constroem a realidade” (p. 29-30). Dessa forma, os meios de comunicação possuem “função política de impor ou de legitimar a dominação” (p. 30).

Nesse jogo de forças, o grupo dominante exerce o papel de produzir a hierarquia do mundo social. A fração dominante, na sua fala, cujo poder é assegurado pelo fato de deter capital (econômico, cultural ou simbólico), quer legitimamente impor sua dominação por meio da produção simbólica. (BARBOSA, 2007, p. 30).

Bourdieu (1989) manifesta, portanto, que “as relações de forças objetivas [do campo] tendem a se reproduzir nas visões do mundo social” (p. 142) e o que está radicado nas estruturas objetivas também se faz presente nas “consciências em forma de categorias de percepção” (BOURDIEU, 1989, p. 142), isto é, nas formas de ver o mundo. No caso da radiodifusão brasileira, a literatura acadêmica especializada destaca o papel secundário que as emissoras públicas de rádio e televisão exerceram no Brasil ao longo dos anos, seja em âmbito econômico, político, social ou cultural. Há uma disparidade evidente, posta historicamente, entre os modelos de radiodifusão – público, privado e estatal – constituídos no país, situação que coloca os veículos comerciais na posição de agentes dominantes deste universo, sendo as suas visões majoritariamente conformadoras da leitura legítima do mundo social, incluindo a autorrepresentação que fazem sobre o campo midiático. Se a construção do mundo passa pela

construção das visões e representações de cada universo, quanto mais firme e rigorosa for as condições de existência do campo, maior será a imposição do “princípio de realidade” (BOURDIEU, 1989, p. 141) do grupo dominante.

Em maior ou menor grau, a ideia ecoa em correntes teóricas diversas do campo da Comunicação e do Jornalismo, nas quais os meios de comunicação de massa são vistos como espelhos, construtores ou reprodutores de visões de mundo e, portanto, do real. Ou ainda, e ao menos, pela capacidade que possuem de pautar os assuntos que serão discutidos publicamente e os enquadramentos, interpretações e narrativas sobre os fatos. Como diferencial, a percepção bourdieusiana acrescenta à disputa simbólica da representação da realidade a lógica da distinção. Os agentes em concorrência dentro de determinado campo são reconhecidos pela capacidade de converter os capitais econômico, social e cultural em capital simbólico, ou seja, em condição diferencial, valorizada e reconhecida como legítima dentro de determinado espaço. O poder que determinados agentes exercem no tecido social é proporcional ao capital que eles detêm e ao reconhecimento que eles recebem do grupo. (BOURDIEU, 1989). A força simbólica das visões e previsões do grupo dominante reside, dessa forma, na autoridade, na eficácia e no alcance dos seus discursos e maneiras de perceber o mundo social.

Bourdieu (1989) menciona ainda os mecanismos de *nomeação oficial*, atos de imposição simbólica que produzem consensos e o senso comum, cujo monopólio seria exercido pelo Estado e seus sistemas formais, como a educação. Todavia, esse poder também pode ser exercido por outros segmentos, a título pessoal ou institucional. Como ressalva, o sociólogo lembra que quanto menos autorizados são os atores, menos reconhecidos e menos eficazes serão seus argumentos e os efeitos simbólicos produzidos por eles. Por outro lado, o efeito simbólico tende a ser maior à proporção que mais interessados se empenham para fazer reconhecer determinado ponto de vista.

Defende-se, nesta tese, que os meios de comunicação, sobretudo os veículos que representam a chamada mídia hegemônica, exercem esse poder de nomeação de maneira privilegiada nas sociedades contemporâneas, pois adquiriram competência e alcance para se autoposicionarem como agentes autorizados a difundir visões legítimas sobre o mundo. São eles próprios instituições formadoras e conformadoras de interpretações sobre fatos e acontecimentos. De acordo com Lago (2015), as lutas concorrenciais entre os agentes não se resumem as disputas por capital, mas ao próprio “direito à legitimidade: não apenas o de ‘falar’ no campo, mas, principalmente, o de determinar o que é legítimo ser falado” (p. 735).

Capelato (1991) acrescenta à discussão a evidente atuação política adquirida historicamente pela mídia brasileira hegemônica, que muitas vezes funciona não como um

“Quarto Poder” da República<sup>15</sup>, mas como o Primeiro. Perante o contexto brasileiro de estrutura partidária frágil, a autora expõe que os meios de comunicação desempenham o papel de partidos políticos, em clara defesa da doutrina liberal. Porém conseguiram se ancorar na crença de que estão fora do poder político, apresentando-se à sociedade como a porta-vozes legítimos dos valores universais da impessoalidade, imparcialidade, neutralidade, apartidarismo e verdade.

Se o governo perdera a capacidade de olhar, a imprensa a mantinha. Nesse contexto, os jornalistas se atribuíam um poder que, de acordo com Foucault, tem origem no grande mito criado a partir a história de Édipo que desde então dominou o Ocidente, segundo o qual a verdade nunca pertence ao poder político, pois ele é cego. A imprensa liberal da década de [19]20 o reproduziu, colocando-se aparentemente fora do poder político, do lado do povo e da verdade. Os representantes da imprensa a definiam como expressão ou intérprete da opinião pública, o que pressupunha um olhar crítico frente aos governantes cegos. (CAPELATO, 1991, p. 132).

A presente pesquisa se propõe a investigar um desses “recortes de leitura de mundo” e volta seu olhar às representações midiáticas sobre a radiodifusão pública. Intenta-se desvelar o que está em jogo neste campo de “luta entre agentes armados de modo muito desigual” (BOURDIEU, 1989, p. 147) por meio da observação das disposições e crenças construídas pela visão “autoverificante” (BOURDIEU, 1989) dos atores hegemônicos do campo, responsáveis em grande medida, como hipótese dessa pesquisa, por conformarem uma imagem majoritariamente pejorativa em relação às emissoras públicas de rádio e televisão. Portanto, pretende-se “desnudar as estruturas” do campo da radiodifusão a partir dos argumentos utilizados pela imprensa comercial, “que naturalizam as opressões” (LAGO, 2015, p. 729) neste espaço.

#### ***2.4 A radiodifusão pública como objeto de estudos***

Entre as críticas mais recorrentes em relação às apropriações contemporâneas da teoria de Pierre Bourdieu, duas se destacam. Em primeiro lugar, a dificuldade que os estudos possuem de articular, de forma relacional, os principais conceitos postulados pelo sociólogo. O segundo desafio é ultrapassar o uso “puramente decorativo ou retórico” (LAHIRE, 2017, p. 29) do instrumental bourdieusiano e construir uma observação empírica que preserve as propriedades teóricas que caracterizam noção de campo.

---

<sup>15</sup> Em referência à divisão clássica do Estado do Direito em três poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário.

Particularmente nas pesquisas em Comunicação, Oliveira e Martins (2020)<sup>16</sup> constataam que a maior parte dos conceitos fundadores de Bourdieu – campo, capital e *habitus* – é apropriada de forma descontextualizada, dispersa ou sem conexão entre si, quando observados os artigos das revistas científicas brasileiras de maior relevo na área. Do total de publicações avaliadas, apenas 11,66% teceram relações expressas entre os três conceitos, “o que aponta para uma baixa apropriação, ou desmembramento questionável da teoria de Bourdieu pela maioria dos estudos em comunicação” (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. 17).

[...] uma pequena parte dos estudos em comunicação no Brasil, dentro do corpus analisado, apropriou-se efetivamente do entendimento teórico metodológico de Bourdieu para analisar seus objetos sociais, enquanto uma maioria de estudos utilizou seus conceitos fora do contexto relacional original, perdendo a potencialidade de interpretação que poderia atingir com seu uso apropriado. (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. 18)

Ainda de acordo com Oliveira e Martins (2020), a noção de campo é a mais presente nos estudos de Comunicação, enquanto o uso do conceito de capital é moderado e o de *habitus* possui menor apropriação. Observando a perspectiva relacional, “o conjunto com maior amplitude de utilização foi aquele que relaciona os conceitos campo e capital” (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. 15), enquanto a relação entre campo e *habitus* foi explicitada com maior densidade. Agora, a união dos três conceitos é a menos usual, “corroborando assim a noção de que a apropriação do contexto pleno do sistema conceitual de Bourdieu não está sendo efetivada pela maioria dos artigos científicos analisados”. (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. p. 15).

Diagnóstico compartilhado por Cláudia Lago (2015), ao afirmar que a maneira como Bourdieu é abordado pela Comunicação, por vezes, não reflete a densidade do seu arcabouço teórico. A pesquisadora ratifica que os conceitos do sociólogo francês usualmente são retratados de maneira descontextualizada da sua matriz teórica e esse tratamento irrefletido acaba por banalizá-los e esvaziá-los “de sua operacionalidade científica, tornando-os ineficazes para ajudar a compreender os fenômenos sobre os quais se debruçam” (p. 728-729). Outra crítica tecida pela autora se dá em relação à pouca apropriação, na Comunicação, das concepções bourdieusianas sobre o ato de pesquisar e das noções sobre o fazer ciência, tão caras à trajetória de Bourdieu.

Tendo como base os argumentos citados acima, reitera-se neste estudo a importância de trabalhar a teoria da prática na integralidade de seu arcabouço, não dissociada da reflexividade.

---

<sup>16</sup> Metodologicamente, os autores mapearam “artigos científicos que mencionassem Pierre Bourdieu em seus títulos, resumos e termos indexadores em periódicos brasileiros da área de comunicação com Qualis A1, A2 e B1. O levantamento resultou em 26 periódicos e 67 artigos, publicados entre 1999 e 2017”. (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. 1)



Assim, o caminho percorrido por essa tese visa romper com o uso retórico de Bourdieu e, para isso, optou-se por usar seu referencial teórico-metodológico como base operacional e analítica da pesquisa, adotando o conjunto dos principais conceitos que permeiam a praxiologia como princípios de funcionamento para observar empiricamente a maneira como a radiodifusão pública é retratada pela imprensa comercial. Em âmbito mais universal, propõe-se traçar um desenho sobre como a mobilização argumentativa dos agentes e dos operadores simbólicos do campo da radiodifusão contribuem para condicionar a legitimidade e o prestígio das emissoras públicas de rádio e televisão no país. O contexto prático e particular forma-se pelos conteúdos sobre a temática publicados pelos principais jornais impressos brasileiros no período de 1975 a 2019.

O primeiro passo percorrido foi assumir a radiodifusão pública enquanto um campo e transvesti-la de acordo com as propriedades e elementos fundamentais que caracterizam esse conceito, definido por Bourdieu como lugar de concorrência e disputa entre agentes por capitais e pelo exercício do poder simbólico. Tendo em vista a ressalva de Bernard Lahire (2017), que questiona o uso indiscriminado do termo para chancelar qualquer espaço social como sinônimo de campo, busca-se, a princípio, descobrir “qual é a natureza desse universo e quais são suas especificidades e singularidades relativas” (p. 33).

Pondera-se que aderir à teoria dos campos de maneira mais fiel e estrita implicaria considerar a radiodifusão pública como um subcampo, inserida dentro de um universo maior, o da radiodifusão – grupo composto pelas emissoras de rádio e televisão comerciais, educativas, estatais, públicas, legislativas, universitárias, comunitárias, bem como outras agências e agentes ligados a esse universo, entre empresários, trabalhadores do setor, políticos, governantes, intelectuais, sindicatos, organizações sociais ou governamentais e cidadãos. A radiodifusão, por sua vez, estaria imersa no subcampo das Comunicações e da Informação, do qual fazem parte a imprensa e o jornalismo, as telecomunicações, as empresas, provedores e produtores de tecnologia e de conteúdos para a internet, as indústrias da música, do cinema e do entretenimento etc. Por fim, esse conjunto integraria o campo da produção cultural.

Embora em concorrência entre si, a autonomia de cada subcampo mencionado é relativa, seja pelas relações de oligopolização e de propriedades cruzadas que os caracterizam ou por sua dependência e subordinação aos campos econômicos e do poder, cujos atores dominantes tendem a ser os mesmos em mais de um espaço social (BOURDIEU, 1989). Destarte, na prática torna-se difícil desassociar os subcampos um dos outros, tratando-os como universos particulares, pois há o compartilhamento de propriedades estruturais e de *habitus* comuns, uma vez que eles fazem parte do mesmo macrouniverso.

No entanto, a pesquisa empírica impõe um recorte que, apesar de limitar seu escopo de abrangência, facilita sua operacionalização científica. No caso, optou-se então por focar, no desenho empírico do estudo, a construção de uma gênese específica, a legitimidade da radiodifusão pública, caracterizando-a partir dos elementos que compõem a noção bourdieusiana de campo. A descrição, o detalhamento e o desvelamento de quais são os elementos fundamentais e invariantes que definem esse universo específico serão feitas por meio da observação dos conteúdos sobre o tema, publicados em jornais comerciais de grande circulação. Atenta-se, todavia, para o fato de que buscar as singularidades do universo da radiodifusão pública a partir do olhar da imprensa comercial e dos argumentos dos atores que possuem voz nesses espaços implica também em traçar especificidades tanto para o subcampo da radiodifusão em geral quanto da imprensa comercial, ambas representantes clássicas do polo dominante do campo das Comunicações.

O quadro a seguir sistematiza os critérios trazidos por Bernard Lahire (2017) para que um objeto de estudo seja considerado como um campo. Defende-se que a radiodifusão e seu recorte nas emissoras públicas atendem a esses requisitos, pois há um *habitus* específico constituído a partir de lógicas e disputas específicas, conforme será trabalhado pela pesquisa.

**Quadro 1** – Características do campo que se aplicam à radiodifusão

### Elementos fundamentais e invariantes na definição de campo

- Microcosmo no macrocosmo constituído pelo espaço social (nacional) global
- Possui regras do jogo e dos conflitos específicos, irreduzíveis às regras do jogo de outros campos
- Sistema ou espaço estruturado de posições
- Espaço de lutas entre os diferentes agentes ocupantes de diversas posições
- As lutas têm como objetivo a apropriação do capital específico do campo (o monopólio do capital específico legítimo) e/ou a redefinição legítima desse capital
- O capital é desigualmente distribuído no seio do campo estruturando (dominantes e dominados)
- A distribuição desigual do capital determina a estrutura do campo, que é definido pelo estado de uma relação de luta histórica entre as forças (agentes e instituições)
- As práticas e estratégias dos agentes só podem ser compreendidas se relacionarmos com suas posições relativas no campo
- Dentre as estratégias invariantes, achamos a oposição entre as estratégias de conservação e as estratégias de subversão (concernente ao estado da relação de forças existente). As primeiras cabem frequentemente aos dominantes e as segundas aos dominados (e, dentre eles, mais particularmente, aos novatos). Essa oposição pode tomar a forma de um conflito entre antigos e modernos, ortodoxos e heterodoxos, conservadores e revolucionários etc.
- Nessa luta, os agentes de um campo possuem interesse na própria existência do campo e partilham, então, de uma cumplicidade objetiva para além das lutas que os opõem
- Os interesses sociais são sempre específicos de cada campo e não se reduzem ao interesse do tipo econômico
- Em cada campo existe a presença de um habitus específico (sistema de disposições incorporadas) próprio ao campo (habitus filológico, jurídico, futebolístico etc.). Somente aqueles que incorporam o habitus próprio ao campo são capazes de jogar o jogo e de crer na sua importância
- Cada agente do campo é caracterizado por sua trajetória social, seu habitus e sua posição no campo
- Um campo possui uma autonomia relativa: as lutas que nele se desenrolam têm uma lógica própria, mas o resultado das lutas (econômicas, sociais, políticas etc.) externas ao campo influencia fortemente a relação interna de forças

Fonte: adaptado de Lahire (2017, p. 31-32)<sup>17</sup>

Deste modo, assume-se nesta pesquisa que a radiodifusão se constitui como um campo, cujos agentes e agências estão em concorrência pela construção da visão legítima do mundo social, sendo que as análises mapearão os argumentos e elementos específicos dessa luta concorrencial, que envolve disputas por capitais cultural, econômico, social e simbólico, e as posições dos agentes e agências em dado momento histórico e suas lutas pelo monopólio deste

<sup>17</sup> As tabelas, quadros, gráficos e figuras que não possuem a identificação explícita da fonte são de autoria própria, com diagramação de Ana Rita Grilo.

conjunto de capitais determinam a dominação e a legitimidade dentro do próprio campo. Parte-se da hipótese de que, baseada em argumentos que frequentemente vinculam as emissoras públicas ao aparelhamento político, ao desperdício de dinheiro público e à pouca penetração social, a imprensa comercial constrói uma representação dominante de que a mídia pública no Brasil não presta serviços relevantes à sociedade e, portanto, não tem razão de existir. Essa visão majoritariamente negativa configura-se como instrumento de violência simbólica, pois em articulação com outras práticas e atuações no campo produz o efeito de inculcação da legitimidade dos dominantes sobre os dominados (BOURDIEU, 1989), ampliando a concentração dos capitais; assegurando a permanência da dominação da radiodifusão comercial no campo; e consolidando a deslegitimação do serviço público de radiodifusão.

### Capítulo 3 – A construção do objeto e os caminhos metodológicos da pesquisa

A construção de um objeto (e de uma pesquisa) não é feita “de uma assentada, por uma espécie de ato teórico inaugural”, bem como o plano de estudo, suas observações e suas análises não se desenham “antecipadamente, à maneira de um engenheiro” (BOURDIEU, 1989, p. 27, tradução nossa). É “um trabalho de grande fôlego, que se realiza pouco a pouco, por retoques sucessivos, por toda uma série de correções, de emendas” (BOURDIEU, 1989, p. 27, tradução nossa). Significa afirmar que, além de não seguir uma organização linear, o processo científico se constitui por idas e vindas. Obviamente, o caminho prático do dia a dia da pesquisa, ou seja, as tomadas de decisão “do aqui e do agora” (LOPES, 2018, p. 13), é sempre mais extenso e complexo do que a sistematização formal dos relatórios e registros finais.

Em diálogo com a perspectiva da reflexividade, que resgata a importância de se pensar sobre os modos de fazer ciência, a ressalva revela que a sistematização escrita de uma pesquisa também envolve tomadas de decisões. As escolhas sobre o que inserir, o que excluir, a ordem dos argumentos e como eles são desenvolvidos se configuram como uma síntese necessária ao processo. No caso desta tese, prezar pela coerência e fidelidade ao pensamento de Bourdieu levou à elaboração de um relato mais detalhado sobre os movimentos de construção do objeto de pesquisa, que visa descobrir disputas, crenças e relações de poder que permeiam e impactam a legitimidade da radiodifusão pública no Brasil.

Dentre as etapas seguidas, a revisão de literatura foi um divisor estratégico para os rumos deste estudo. Isso porque adotar a lógica da epistemologia reflexiva e do método praxiológico induziu à identificação de questões estruturais – temas, abordagens metodológicas, periodização, lugar de produção – relevantes sobre o campo de estudos teóricos deste tema e à observação mais acurada sobre quais dessas pesquisas utilizam o sociólogo Pierre Bourdieu como aporte teórico e/ou metodológico. Além de contribuir para a não naturalização ou mera reprodução das tradições do campo, o levantamento confere legitimidade à originalidade deste estudo, pois sugere que não há outra produção acadêmica sobre a temática, em nível de pós-graduação em ciências sociais e humanas, que se aproprie do aporte teórico-metodológico de Bourdieu com a densidade conceitual e relacional aqui proposta.

Marina de Andrade Marconi e Eva Maria Lakatos (2017) posicionam a revisão sistemática de literatura como um procedimento necessário para que o estudo em desenvolvimento não se constitua por lugares comum ou que “descubra” ideias já expressas por outras pessoas. “A citação das principais conclusões a que outros autores chegaram permite salientar a contribuição da pesquisa realizada, demonstrar contradições, ou reafirmar

comportamentos e atitudes” (MARCONI, LAKATOS, 2017, p. 245). Adaptando o olhar para a interpretação bourdieusiana, a técnica também pode funcionar como ferramenta para mapear aspectos da tradição de determinado campo, como as temáticas mais estudadas, os autores mais citados e os anos de maior produção. Assim, além do levantamento das referências teóricas que melhor dialogam com nosso estudo sobre a radiodifusão pública, os dados podem ser reveladores de tendências e agrupamentos.

O mapeamento do campo teórico foi inspirado pelo levantamento exploratório de Elton Bruno Barbosa Pinheiro (2019)<sup>18</sup>, que revelou que a dialética marxista é o método de interpretação majoritário nas pesquisas de mestrado e doutorado sobre o tema no âmbito do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, instituição à qual esta pesquisa se vincula. Pinheiro (2019) constatou que os trabalhos guiados por esse aporte traziam como ponto comum “a recorrente observação e consideração dos conflitos sociais e das contradições entre os dispositivos regulatórios (leis, decretos etc.) e a realidade, como o problema estrutural básico – por vezes, único – da história da radiodifusão no país” (PINHEIRO, 2019, p. 45). De forma mais específica, aponta para a recorrência das menções às contradições em relação à regulação das comunicações, como a previsão constitucional da complementaridade dos sistemas público, privado e estatal, e os conflitos de uma complexa realidade social, com destaque para as lutas pelo direito e pela democratização da comunicação no Brasil. (PINHEIRO, 2019).

Outra tradição forte nos estudos sobre a radiodifusão é a perspectiva da Economia Política da Comunicação (EPC), um campo científico que investiga como o comportamento e a operacionalização das forças econômicas e políticas determinam o tipo de serviços de informação e comunicação (JAMBEIRO, 2010).

O ponto central desta base teórica é o postulado de que a conjunção de fatores econômicos e políticos são centrais para a compreensão do que ocorre no setor e para a formulação de políticas públicas voltadas para os serviços de informação e comunicação. Os estudos deste campo procuram, por consequência: 1) explicar as forças que pressionam as empresas, compelindo-as a adotar determinados comportamentos, ao mesmo tempo que pressionam os consumidores a aceitar seus produtos; 2) conhecer as estruturas das indústrias e dos prestadores de serviços de comunicações e informações, em si mesmas e nas suas relações com o mercado e com as diversas instituições da sociedade, com as quais interagem de diferentes maneiras; 3) analisar os fenômenos da concentração e monopolização do setor, seus efeitos culturais e sociais e as mudanças impostas às sociedades por sua transformação em sociedades da informação” (JAMBEIRO, 2010, [s.p.])

---

<sup>18</sup> Pinheiro (2019) observou as dissertações e teses, finalizadas entre 2007-2017, que tinham a radiodifusão brasileira como temática central de pesquisa. Entre dez trabalhos, cinco adotaram a perspectiva dialética, incluindo a pesquisa de mestrado da autora desta tese. Cf.: OLIVEIRA, Gisele Pimenta de. **Rádio e internet: o uso de sites pelas emissoras públicas de radiodifusão sonora**. 2014. 135 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

Reconhece-se, assim como Pinheiro (2019), a extrema relevância da perspectiva dialética e da EPC para os estudos sobre o tema, sobretudo em tempos nos quais o Brasil e o mundo necessitam de posicionamentos mais críticos, questionadores e pujantes acerca dos fenômenos sociais. O foco na dimensão político-econômica do setor, bastante mapeada por estes estudos, oferece a esta tese o pano de fundo estrutural necessário para a compreensão das disputas simbólicas do campo da radiodifusão. Entretanto, o diagnóstico da prevalência dessas perspectivas despertou atenção perante eventuais acomodações ou adesões automáticas (BOURDIEU, 1989; BOURDIEU; WACQUANT, 2005) às práticas científicas mais frequentes. Por isso, o caminho escolhido para este trabalho foi trazer outra perspectiva para área, fundamentada no aporte teórico-metodológico de um autor clássico que também trabalha no âmbito das lutas concorrenciais por poder e controle (ou dominação) do campo.

Vale explicitar que a afirmação não sugere que as pesquisas que integram o referido levantamento adotaram escolhas de forma irrefletida. Ao contrário, conhecendo a trajetória da maior parte destes pesquisadores, infere-se que a dialética ultrapassa o âmbito meramente teórico-metodológico e configura-se em um modo consciente de ver (e ler) o mundo. Posição rica para a pesquisa, obviamente quando observados o rigor científico e a vigilância epistemológica, e aqui não se discute esse mérito. Fato é que a reflexão suscitou a necessidade de um autorreconhecimento – e estranhamento, como aborda Pinheiro (2019) – sobre o processo de tomadas de decisões que guiaria este estudo. Ilustrando o raciocínio, até a realização dessa atividade de cunho exploratório havia a tendência de também se adotar o método dialético, especificamente o de âmbito histórico-estrutural (DHE)<sup>19</sup>.

De acordo com Bourdieu e Wacquant (2005), os intelectuais (cientistas) executam uma “forma dominada de dominação” (2005, [s.p.]), isto é, enquanto agentes do campo acadêmico, eles internalizam predisposições – métodos, conceitos, operações etc – de determinada área, instituição ou disciplina e tendem a externalizá-las, reproduzindo-as. Como preconiza a teoria bourdieusiana, se a incorporação de regras, valores e tradições é característica própria da

---

<sup>19</sup> De tradição marxista, a dialética histórico-estrutural (DHE) tem como ponto chave a observação da realidade social (tese) em movimento, estruturada e condicionada por determinado contexto (situação histórica) e baseada no conflito social. A ênfase concentra-se nas análises sobre as condições sociais objetivas e subjetivas, constantemente tensionadas por uma unidade de contrários, ou seja, por ações e reações polarizadas (riqueza *versus* pobreza, por exemplo). O determinismo estrutural e o desprezo pelo papel dos sujeitos como agente da mudança social – ou para a superação de determinada realidade, na chamada antítese dialética – figuram entre as críticas mais contundentes tecidas ao método. A perspectiva de Pedro Demo (1995) busca atenuar essas visões ao considerar que a realidade social pode ser em parte manipulável pelo homem, mas admite que o movimento é limitado pelo contexto das condições objetivas, pela historicidade. Assim, o foco continua nos condicionamentos dicotômicos e múltiplos das relações estruturais e históricas, numa perspectiva de totalidade e não da soma das partes de um todo (DEMO, 1995).

dinâmica dos espaços sociais, o trabalho científico tem um paradoxo à sua frente, pois ao mesmo tempo em que integra um campo prático e concreto de relações de poder e disputas, seu trabalho intelectual e abstrato é incompatível com encaminhamentos que privilegiem a dominação teórica, metodológica e política de determinado grupo em detrimento de uma análise científica dos fenômenos sociais.

Como exercício de reflexividade desta etapa, optou-se então pela estratégia de construir um diagnóstico dos estudos sobre a radiodifusão pública<sup>20</sup> feito em dois momentos da presente pesquisa: em 2018, por meio do levantamento em sete repositórios e bases de dados científicas e, em 2019, pela sistematização das teses e dissertações defendidas no país sobre a radiodifusão. Aqui, apresenta-se uma síntese com os principais resultados encontrados por considerar a etapa uma parte metodológica importante para a tese.

A busca nas bases e repositórios científicos<sup>21</sup> coletou 249 produções sobre o tema. Entre as inferências construídas pelo diagnóstico, observa-se que mais de 90% das publicações consideradas relevantes, segundo critérios das próprias plataformas, foram publicadas entre 2001 e 2018. Logo, os estudos teóricos de impacto sobre a radiodifusão pública podem ser considerados recentes, o que sugere uma área mais suscetível a mudanças e novos entendimentos.

Em relação aos autores das publicações, 294 no total, 82% tiveram apenas uma produção sobre o tema e outros 14% aparecem com duas inserções. Apenas 12 autores figuram entre os que contabilizam mais de três publicações dentro da amostra e do período analisado. Deduz, desta maneira, que ao menos no âmbito da produção científica de alto relevo e prestígio, os estudos sobre a radiodifusão pública possuem penetração individual pequena, com poucos autores que se dedicam ao tema de forma mais sistemática. No mais, a produção coletiva é irrisória, com média 1,18 autores por cada publicação.

O segundo levantamento<sup>22</sup>, com foco nas teses e dissertações sobre radiodifusão, foi realizado em dois repositórios on-line<sup>23</sup>, o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes e a

---

<sup>20</sup> Para procedimentos e resultados detalhados, consultar o artigo *Serviço de radiodifusão pública sob o olhar de Pierre Bourdieu: caminhos de uma revisão sistemática de literatura* (OLIVEIRA, 2021).

<sup>21</sup> *Web Of Science* – Coleção Principal; *Academic Search Ultimate* (EBSCO); Portal de Periódicos da Capes; Biblioteca do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina; Banco de Teses da Capes; Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD); e, de forma complementar, *Google Acadêmico*.

<sup>22</sup> A coleta dos dados brutos foi feita no período de 30 de setembro a 23 de outubro de 2019, com o apoio técnico da mestra em Comunicação Karoline Marques Pires.

<sup>23</sup> Após a realização deste levantamento, constatou-se que os repositórios apresentam divergências quantitativas de resultados quando comparados aos bancos próprios das instituições de ensino superior. Para citar um exemplo, foram contabilizadas 34 dissertações e 16 teses na busca pela palavra-chave “radiodifusão” no Repositório Institucional da UnB, número maior do que a soma das publicações desta mesma instituição coletadas no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes (<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses>) e na Biblioteca Digital



Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Selecionou-se para a amostra apenas os trabalhos das áreas de Ciências Sociais Aplicadas e Ciências Humanas, totalizando 203 pesquisas, sendo 55 teses (27,1%) e 148 dissertações (72,9%). Na estratificação por área do conhecimento, a Comunicação e Informação reúne 40,9% das pesquisas, mas a quantidade de trabalhos no Direito, na História, na Sociologia e na Educação também é representativa.

Quanto à periodização, permaneceu a tendência de concentração das publicações nas duas últimas décadas, com 93,5% dos estudos publicados entre 2006 e 2019. Apesar dos trabalhos mais antigos não estarem disponíveis para consulta pública digital, o dado revela que o volume de produções aumentou significativamente ao longo dos anos. Além disso, o impulsionamento coincide com a efervescência do debate público sobre a reorganização do ambiente normativo e institucional do setor de radiodifusão no país, bem como pelas tentativas de se implementar um sistema público nacional de comunicação.

Em relação à distribuição das pesquisas por instituições de ensino, a Universidade de Brasília figura como maior polo de publicações, com 18 dissertações e 4 teses defendidas, o equivalente a mais de 10% da produção total sobre a radiodifusão no país. Destacam-se também a Universidade de São Paulo, a Universidade Estadual Paulista e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Na estratificação por região, o Sudeste concentra mais da metade de toda a produção acadêmica do assunto, seguido pelo Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Norte.

Sobre os temas centrais das produções, percebe-se que as abordagens são pulverizadas, todavia a maior parte (21,7%) – 35 dissertações e 9 teses – dos trabalhos traz o “campo público da radiodifusão” como enfoque principal. Aspectos relacionados à legislação e às políticas públicas de radiodifusão estão presentes de forma central em 14,3% das pesquisas, enquanto o terceiro grupo temático mais abordado envolve mídia, democracia e política (12,3%).

Como o foco principal desta tese é o estudo sobre a radiodifusão pública brasileira, foram realizados recortes específicos entre as 44 teses e dissertações que abordaram esse tema de forma central. Destes trabalhos, dois grupos figuram entre as abordagens mais recorrentes: programação e conteúdos de emissoras de rádio ou televisão públicas, estatais, educativas, legislativas ou universitárias (36,4%); e dimensões histórias de veículos públicos (31,8%). Um dado importante é que quase um terço destas produções, três teses e 11 dissertações têm a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) ou algum de seus veículos como objeto de observação.

---

Brasileira de Teses e Dissertações (<http://bdtd.ibict.br/vufind/>). Ainda assim, acredita-se que a amostra captada seja representativa do campo, uma vez que os repositórios escolhidos são os agregadores institucionalizados, em nível nacional, da produção acadêmica dos programas de pós-graduação do país.

O mapeamento não conseguiu detectar um “padrão metodológico” em relação ao método de abordagem adotado nesse recorte sobre radiodifusão pública, sendo o estudo de caso a ocorrência mais frequente (15,9%) dentre as publicações que explicitam, no resumo ou no capítulo metodológico, a base interpretativa de análise que conduz o trabalho. A hermenêutica de profundidade e os métodos histórico e indiciário também ganham discreto relevo nesse cenário. Chama a atenção o fato de quase metade das pesquisas (45,5%) não assume claramente a perspectiva de abordagem teórico-metodológica adotada.

Se as teses e dissertações no Brasil representam um dos polos mais relevantes da produção científica de alto nível do país, podemos afirmar que os dados coletados pelo levantamento configuram um retrato do campo de estudos teóricos sobre a radiodifusão. Em síntese, menos de um terço das publicações são em nível de doutoramento e quase metade de toda a produção analisada está concentrada nos anos de 2015 a 2018. Isso sugere a conformação de um campo ainda pouco sólido em tradição e prestígio no que se refere ao *status* do conhecimento científico. Nesse cenário, a maioria das abordagens são trabalhadas pelo viés da Comunicação e a Universidade de Brasília se destaca como polo de produção desse perfil de estudos.

### ***3.1 Pesquisas sobre radiodifusão tensionadas pela perspectiva de Pierre Bourdieu***

Como esta tese fundamenta-se no referencial teórico-metodológico de Pierre Bourdieu, considerou-se pertinente trazer um olhar mais analítico em relação às teses e dissertações que fazem alguma referência ao sociólogo<sup>24</sup>. Do levantamento detalhado acima, 17 dissertações (11,5%) e 7 teses (12,7%) o mencionam em âmbito teórico, metodológico ou epistemológico. A soma desse total, 24 produções, equivale a 11,8% da referida amostra. Filtrando pelas pesquisas da área de Comunicação e Informação, são 12 produções acadêmicas que adotam o aporte deste autor e, destas, 9 estão classificadas na categoria radiodifusão pública. Compõem o quadro da divisão por áreas do conhecimento: 5 publicações na Educação, 4 na História, 2 no Direito e 1 na Sociologia. Nota-se, então, que um dos autores mais citados no Brasil e no mundo no campo das Ciências Sociais não se apresenta como referência teórica forte dentro do perfil de estudos da radiodifusão.

Em relação à apropriação do aporte de Bourdieu por esses trabalhos, identificou-se que uma das características fundantes da teoria dos campos de Bourdieu, o pensar relacional, é

---

<sup>24</sup> Para a lista detalhada das pesquisas, consultar Oliveira (2021).

pouco explorado pelas teses e dissertações. O diagnóstico é relevante porque a postura é essencial para o mapeamento das gêneses: do campo, do espaço de relações, das unidades sociais em concorrência, do jogo de oposições e distinções (BOURDIEU, 1989), dos tipos de bens materiais ou simbólicos em disputa. Em síntese, o pensamento relacional busca “explicação de fenômenos visíveis [...] em termos de relações invisíveis” (PETERS, 2016, p. 2) e isso depende da posição relativa do objeto não apenas em relação a objetos semelhantes como também do seu sentido perante determinada configuração do social (BRANDÃO, 2010, p. 229). Como reitera Bourdieu, se “é verdade que o real é relacional, pode acontecer que eu nada saiba de uma instituição acerca da qual eu julgo saber tudo, porque ela é nada fora das suas relações como um todo” (BOURDIEU, 1989, p. 31).

Em geral, a utilização de Bourdieu pelos trabalhos se dá exclusivamente em âmbito teórico, mais especificamente conceitual, e na maioria dos casos a densidade do repertório intelectual do sociólogo francês é pouco explorada<sup>25</sup>. Aplicando as próprias noções bourdieusianas à análise, os conceitos são usados em grande medida como argumentos de “autoridade científica” (ORTIZ, 1983, p. 21), ou seja, para contextualizar, validar ou conduzir a linha argumentativa adotada. Indício disso é a citação frequente do livro *Sobre a Televisão* (BOURDIEU, 1997) como leitura referencial, por vezes única, para o desenvolvimento dos conceitos bourdieusianos. Por um lado, é compreensível e até esperado que pesquisas comunicacionais busquem o diálogo com a obra mais difundida de Bourdieu, uma das poucas, que se propõe a analisar sociologicamente um objeto específico da Comunicação. Todavia, o próprio catedrático reconhece que o livro é “um esforço por descrever [a televisão] de maneira rápida – uma análise aprofundada e sistemática teria exigido muito mais tempo” (BOURDIEU, 1997, p. 9).

Apesar da validade e pertinência de parte das reflexões desenvolvidas por Bourdieu nessa produção<sup>26</sup>, defende-se que ela não é a publicação mais completa, e complexa, do autor para se discutir a gênese do campo jornalístico ou de qualquer outro meio de comunicação ou objeto comunicacional. Nela, o intelectual assinala uma interpretação excessivamente crítica, em certa medida elitista-academicista, em relação à televisão e à imprensa. Chega afirmar que este instrumento de opressão simbólica e seus mecanismos expõem “a um grande perigo as diferentes esferas da produção cultural, arte, literatura, ciência, filosofia, direito” (BOURDIEU,

---

<sup>25</sup> Das 24 pesquisas selecionadas, julgamos que cinco conseguem trabalhar os principais conceitos de Bourdieu de forma mais aprofundada e relacional.

<sup>26</sup> O livro é uma transcrição editada “da gravação de dois programas realizados em 18 de março de 1996 no âmbito de uma série de cursos do *Collège de France* e difundidos por Paris”. (BOURDIEU, 1997, p. 9).

1997, p. 9) e também a “política e a democracia” (BOURDIEU, 1997, p. 10). Pode-se inferir em diversas passagens que o autor enxerga o veículo estritamente como mecanismo de manipulação e ameaça à liberdade do pensamento. Entre os fatores mais críticos apontados, a busca desenfreada pela ampla audiência, que estimula e constitui uma visão estreita dos fatos. Em suma, embora os argumentos de Bourdieu perante as estruturas e agentes do “jornalismo” ou “da televisão” tenham correspondências com as práticas e rotinas do campo, o viés da discussão, muitas vezes universalizante, generalista e homogeneizante, foi construído com base em restrita dimensão empírica e relacional deste campo de forças e de suas relações com outras esferas do campo do poder, paradoxalmente, afetando a complexidade da tradição bourdieusiana da teoria da prática.

Outro ponto que limita o aproveitamento do aporte bourdieusiano pelas teses e dissertações analisadas foi a ausência de articulação praxiológica, cujo princípio se sustenta na indissociabilidade entre teoria e prática. Ao resgatar os conceitos centrais da sociologia de Bourdieu, o pesquisador deveria “pôr em jogo as coisas teóricas” (BRANDÃO, 2010, p. 228), ou seja, apresentar a teoria não apenas como um conjunto de definições, mas “como um programa de percepção e de ação” revelada e observada sistematicamente “no trabalho empírico em que se realiza” (BOURDIEU, 1989, p. 59). No caso das produções acadêmicas que integram esse levantamento, apenas três – duas na área de Educação e uma na Sociologia – trazem essa articulação da teoria da prática<sup>27</sup>, fazendo dos conceitos um dos fundamentos da reflexão e das análises e vice-versa. Da mesma forma, a discussão de ênfase mais epistemológica, sobre os princípios e processos científicos, aparece timidamente em duas pesquisas da área de Comunicação e Informação.

Usar o esquema teórico do sociólogo francês de forma mais praxiológica e relacional representa uma coerência com seus preceitos e com sua forma de investigação científica. Bourdieu ressaltava a importância da ruptura com posições e “estruturas rígidas e antagônicas da ciência contemporânea (como dialogismos entre método e teoria, qualitativo e quantitativo, objetivo e subjetivo), e seguir em busca de uma reflexão mais profunda de questões e estruturas da sociedade”. (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. 4).

[...] sua gênese é relacional, ou seja, desde a sua construção metodológica até a proposição de conceitos teóricos, existe uma conexão empírica e reflexiva que deve ser respeitada. O desmembramento de seus conceitos ou de suas noções deve refletir sobre essa constatação em busca de evitar a banalização de seus estudos ou sua má apropriação. Esse sistema teórico tem alguns nós centrais, cujos conceitos principais

---

<sup>27</sup> Neste quesito, a análise das teses e dissertações considerou exclusivamente as apropriações dos conceitos de Bourdieu na perspectiva da praxiologia e suas relações com o objeto de cada pesquisa. Não foi feita uma avaliação sobre as outras articulações teórico-metodológicas.

são importantes para entender a sua estrutura de base [...]. (OLIVEIRA; MARTINS, 2020, p. 5)

Embora aparentemente protocolar, o levantamento teórico apresentado se mostrou como um importante exercício de reflexividade, contribuindo para consolidar uma revisão de literatura mais densa e complexa e para realizar um mapeamento sistemático e científico sobre as conduções teóricas e metodológicas de questões que dialogam diretamente com o objeto desta pesquisa. Movimento que ratifica a escolha pelo referencial teórico-metodológico de Pierre Bourdieu e revela quais caminhos seriam adotados em relação à centralidade que o seu repertório intelectual alçaria nas análises propostas.

E por que usar Bourdieu? Em primeiro lugar, a pesquisa de doutorado de Pinheiro (2019), fundamentada na sociologia compreensiva de Max Weber, demonstrou a relevância de buscar-se outras correntes de pensamento não tão arraigadas às tradições das políticas de comunicação, sobretudo na Universidade de Brasília. Muito além do caráter de ineditismo, lançar um olhar teórico-metodológico diverso para as questões que permeiam a radiodifusão pública brasileira é uma das formas de contribuir com a maturidade deste campo de estudos. Em segundo lugar, a revisão sistemática de literatura e a análise dos estudos teóricos indicaram lacunas de diálogos mais densos e profundos entre as pesquisas da área com legados transdisciplinares de relevo internacional. O último argumento que completa essa escolha foi a dupla identificação do repertório de Bourdieu com essa pesquisa. De um lado, destaca-se a pertinência e atualidade conceitual da teoria dos campos para a discussão da legitimidade da radiodifusão pública. De outro, o autorreconhecimento desse repertório como uma possibilidade filosófica existencial, como sugere o professor Afrânio Mendes Catani (2002) ao discorrer sobre como a obra do francês se tornou indispensável ao seu regime de leituras. Além de narrar um pedaço de sua própria trajetória de vida e de pesquisa, nos moldes das autorreflexões bourdieusianas, o pesquisador rememora a habilidade ímpar do autor francês de transformar suas experiências de vida<sup>28</sup> em ciência. Um dos relatos mais emocionantes remonta

---

<sup>28</sup> Neto e filho de agricultores, Pierre Bourdieu nasceu em agosto de 1930, numa província rural periférica, Béarn, localizada no sudoeste da França. Em uma região próxima à sua cidade natal, Bourdieu se distinguiu nos estudos do ensino médio, e também nos esportes, e recebeu uma bolsa de estudos para um curso preparatório para a prestigiada *École Normale Supérieure*. Ele então ingressou na instituição símbolo da elite intelectual francesa e formou-se em Filosofia. Começou a dar aulas e pouco tempo depois foi enviado pelo serviço militar à Argélia “para a missão de ‘pacificação’ da colônia norte-africana” (WACQUANT, 2002, p. 97). Segundo Wacquant (2002), foi a vivência dos horrores das guerras comandadas pela França contra o nacionalismo argelino que transformou o caminho intelectual de Bourdieu, que se interessou cientificamente e politicamente pela sociedade argelina, consolidando assim a sua conversão da figura do filósofo para sua postura de cientista social. Anos depois, Bourdieu tornou-se diretor da *École des Hautes Études en Sciences Sociales* e fundou o *Centre Européen de Sociologie* e, sintetizando sua trajetória de construção da reflexividade e da praxiologia, “treinou e reuniu por mais de três décadas um produtivo grupo de acadêmicos que investigaram as mais variadas questões com foco nas relações entre cultura, poder e desigualdades sociais; com uma constante preocupação em unir a teoria rigorosa à

à juventude de Bourdieu no internato, retirado do título *J'avais 15 ans: Pierre par Bourdieu* (Eu tinha 15 anos: Pierre por Bourdieu, em tradução livre).

[Bourdieu] Fala da infelicidade de ficar alojado num velho e frio edifício do século XVII, enfrentando a ausência quase total de privacidade, tendo que lutar o tempo todo por coisas insignificantes (chegar na hora certa para o banho, sentar-se antes à mesa de oito lugares do refeitório, lavar os lenços melados às escondidas) e numa convivência difícil com os colegas. Linhas também são dedicadas aos embates cotidianos com os agentes disciplinares (inspetores de alojamento, vigilantes), às punições, delações e pressões para que os internos confessassem que haviam cometido qualquer infração. Estima Bourdieu que, em sua vida escolar, tenha recebido mais de 300 advertências ou punições. Uma das poucas lembranças positivas eram as bagunças (evocadas pelos colegas como “memoráveis”) que aprontavam, sendo que muitos deles viviam num “estado próximo de uma espécie de delinquência”. Chegou um momento em que não tinha com quem falar de suas angústias, dúvidas e inquietações. Nos poucos fins de semana quando podia deixar o internato e tentava conversar com os pais, entendia que o culpavam por eventual fracasso escolar: praticamente o consideravam um privilegiado, pois seu pai deixou a escola aos 14 anos, enquanto a mãe saiu aos 16 – o pai era modesto funcionário dos correios. “No inverno, à noite, empilhávamos todas as nossas roupas sobre a cama, para sentirmos um pouco menos de frio”. (CATANI, 2002, p. 64).

O trecho simboliza a forte, presente e marcante correlação entre a trajetória pessoal e a vida intelectual de Bourdieu e conseqüentemente sua constante busca por compreender cientificamente a complexidade dos aspectos estruturais e subjetivos do mundo social que emergem debaixo de seus olhos, da sua experiência: dos impactos simbólicos das origens socioeconômicas dos indivíduos às micro dinâmicas da família e da escola; do contexto de independência da Argélia às disputas do campo acadêmico; do universo da arte e da literatura ao cenário de desigualdade social da França neoliberal. Compreensão que, na visão de Bourdieu (1989), é o caminho para a ação política e para a transformação social. Em outras palavras, para que as rupturas ocorram, é preciso desconfiar das experiências naturalizadas do mundo e a partir disso agir politicamente nele, inclusive por meio da educação e da pesquisa científica, não acatando como evidentes as crenças da ordem estabelecida de qualquer espaço social. Assim, paralelamente ao compromisso com o rigor científico a que uma pesquisa acadêmica se subordina, esse trabalho também almeja transformar experiências de vidas, individual e coletivas, em instrumento de agir politicamente no mundo, em defesa da relevância social de um serviço público de radiodifusão democrático, plural, cidadão e emancipador.

---

observação sistemática, tanto contra as tendências empiricistas da Sociologia norte-americana, quanto contra a inclinação teorizadora do meio intelectual francês fascinado pelos modelos literários, e com um reconhecimento total da ‘dupla objetividade’ do social, como composto de distribuições de recursos materiais e posições, de um lado, e classificações incorporadas por meio das quais os agentes simbolicamente constroem e subjetivamente experimentam o mundo, por outro”. (WACQUANT, 2002, p. 98).

### 3.2 O campo prático da pesquisa: a construção do objeto de estudo

O processo de construção do objeto de pesquisa configura-se como um dos principais pilares centrais da praxiologia de Pierre Bourdieu, frequentemente o “estágio metodológico mais difícil de realizar” (GRENFELL, p. 285). Em primeiro nível, alicerça-se em conhecer as leis invariantes que regem os campos e posteriormente na busca por desvelar, de acordo com as homologias, o funcionamento de determinado espaço social, ou seja, por tornar visíveis as relações entre estruturas e agentes, as disputas por poder, os interesses e os bens materiais e imateriais que estão em jogo e as crenças e disposições que permeiam um universo específico. Dessa forma, é a noção de campo, entendida como espaço de relações, que orientará as opções práticas da pesquisa (BOURDIEU, 1989) que não dissocia o objetivo do subjetivo, o social do individual, o quantitativo do qualitativo, a teoria do método.

Pelo olhar bourdieusiano, a construção da pesquisa, incluindo as escolhas dos conceitos, termos, expressões, é um processo sócio-histórico e carrega “um conjunto de pressuposições, interesses e significados não objetificados que confundem a realidade da representação com a representação da realidade” (GRENFELL, 2018, p. 285). Significa que “facções diferentes do campo acadêmico utilizam palavras como elementos em suas lutas por posições dominantes nele” (GRENFELL, 2018, p. 285), logo, é preciso reconhecê-las, distingui-las e trazer para o plano consciente da pesquisa em desenvolvimento quais são as aderências e rupturas propostas. A materialização dessa missão, na visão de Bourdieu, se dá por meio de efetiva articulação teórico-empírica, na qual os construtos conceituais não são lançados para acomodar as lógicas práticas, mas, reitera-se, para colocar a teoria em ação, fazê-la funcionar (BOURDIEU, 1989).

No caso da sociologia de Bourdieu, colocar a teoria em prática é traçar, empiricamente, o desenho da gênese social de determinado campo: apreender a necessidade específica e a crença que o sustenta, o “jogo de linguagem que nele se joga” e as “coisas materiais e simbólicas em jogo” (BOURDIEU, 1989, p. 69). Identificar, portanto, quem participa de determinado espaço social, suas posições sociais, como eles atuam, quais suas predisposições e características comuns, o que está em disputa e como essas relações estruturam e são estruturadas pelo campo. É desvelar o arbitrário, as práticas e disposições que, apesar de impostas, são incorporadas pelas dinâmicas como algo natural.

O *modus operandi* de Bourdieu (1989) para a construção de um objeto de pesquisa é: pensar na situação institucionalizada a ser criada; particularizar o objeto e percebê-lo como caso particular; aplicar interrogações gerais e descobrir as características invariantes que o campo oculta debaixo das aparências de singularidades; e por último realizar a intenção de

generalização do caso particular, essência da própria ciência (BOURDIEU, 1989). Em outras palavras, o instrumental do sociólogo francês oferece aporte para se descobrir as leis de funcionamento de determinado campo, a partir da análise geral de um caso particular, e depois disso tentar “extrair da defrontação dos interesses particulares a essência sublimada do universal” (BOURDIEU, 1989, p. 73).

Ressalta-se que, apesar de existir características comuns a todos os campos, Bourdieu (1989) também valida as especificidades e lutas internas de cada espaço social. Por exemplo, as lutas do campo intelectual, defende-se aqui que de forma semelhante à do campo da comunicação, “têm o poder simbólico como coisa em jogo” (BOURDIEU, 1989, p. 72). No caso desta pesquisa, assume-se que a radiodifusão se encaixa na concepção de um universo relativamente autônomo, um campo, no qual há regras, lógicas, crenças e interesses, gerais e específicos. Com foco na radiodifusão pública, pretende-se investigar como se dão as relações de poder nesse espaço, identificando as posições ocupadas e estratégias adotadas pelos agentes em torno da disputa pela legitimidade no campo. Operacionalmente, a investigação empírica desse espaço social particular será feita em três níveis (GRENPELL, 2018): pela observação das relações entre a radiodifusão e o campo do poder; pelo mapeamento das posições ocupadas pelos agentes que “competem pelas formas legítimas de autoridade” (p. 286); e pela análise do *habitus* dos agentes (agências/instituições), “sistemas de disposições que eles adquiriram ao internalizar um tipo determinado de condição social e econômica” (p. 287).

No nível 1, é necessário ver um *campo* em relação a outros campos; particularmente o campo do poder reconhecido. Em última instância, este é o poder político e o governo, ainda que existam várias instituições e campos mediadores [...]. No nível 2, analisa-se a topografia estrutural do próprio campo: todos dentro dele e as posições que eles mantêm. Esse posicionamento é expresso em termos de *capital* e de suas configurações. [...] o *capital* pode ser expresso de três formas: econômico, social e cultural. O *econômico* se refere à riqueza monetária; o *social* a relações de rede úteis e prestigiosas; e o *cultural* a atributos culturais simbolicamente poderosos derivados da educação, da formação familiar e de posses. [...] No nível 3, analisa-se o agente individual real dentro do campo; sua formação, trajetória e posicionamento. Entretanto, o nível 3 deve ser lido como uma análise dos relacionamentos ou correspondências entre os indivíduos, e não dos indivíduos em si mesmos. Esse nível se expressa em termos dos traços individuais das características dos indivíduos, mas apenas à medida que estes se relacionam com o campo no passado e no presente. Em outras palavras, estamos interessados em atributos particulares que são sociais porque só têm valor em termos do campo como um todo. (GRENPELL, 2018, p. 287-288)

Em decorrência das limitações operacionais para se realizar tamanho diagnóstico, o recorte construído para a efetivação dessa análise em três níveis elegeu um olhar específico, o da imprensa comercial, para identificar empiricamente quais são os agentes com poder de falar em nome do campo da radiodifusão, o que eles disputam, suas relações de força, suas crenças incorporadas e as estratégias adotadas para se posicionarem nesse universo. O mapeamento



desses pontos será feito a partir da análise dos argumentos sobre a radiodifusão pública presentes nos conteúdos jornalísticos informativos e opinativos, publicados entre os anos de 1975 e 2019, pelos três jornais de maior abrangência e impacto nacional – *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*<sup>29</sup> – e que representam a chamada grande imprensa comercial.

A escolha da ótica da imprensa comercial para traçar a gênese da radiodifusão justifica-se, primeiramente, pelo fato de que o jornalismo, ao apoiar-se na retórica da objetividade e imparcialidade (BOURDIEU, 1989), tende a apresentar certa diversidade e pluralidade das forças e argumentos envolvidos em torno de determinado tema. Obviamente, o campo jornalístico e os agentes que o compõem possuem interesses específicos que vão além da luta pelo monopólio da construção da verdade (BOURDIEU, 1989). Há outros elementos econômicos, políticos e simbólicos que envolvem a disputa pela hegemonia do campo<sup>30</sup>.

Sabe-se que os veículos comerciais, por sua tradição hegemônica e hiper concentrada no país, têm amplificado o seu poder de selecionar, conduzir e hierarquizar os debates, e de silenciar vozes, argumentos e pautas. Como reitera Pieranti (2006), esses órgãos de radiodifusão e de imprensa obtiveram extrema eficiência no Brasil quando encaparam, defenderam e difundiram bandeiras políticas específicas, como foi o caso da ditadura militar instaurada a partir de 1964, do processo de redemocratização e do movimento das *Diretas Já*, na década de 1980, e da eleição e posterior deposição de Fernando Collor de Melo. Acrescenta-se a esses exemplos o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, também apoiado (e articulado) veementemente pelas principais forças midiáticas do momento. “Os meios de comunicação são, pois, peça atuante no jogo político, submetidos à regulação e a políticas específicas” (PIERANTI, 2006, p. 91-92) pensadas e elaboradas em várias oportunidades por políticos-empresários que configuram uma simbiose, historicamente escancarada, entre poder econômico e político.

---

<sup>29</sup> Para dar mais fluidez ao texto, esta tese também usará os nomes “*Folha*”, “*Estadão*” e “*Globo*” para se referir aos jornais analisados.

<sup>30</sup> Interesses que, inclusive, abarcam disputas econômicas (verbas publicitárias, desonerações, contratos), políticas (influência perante as políticas do setor, relacionamento com o poder político) e simbólicas (monopólio da construção da “verdade” dos fatos, relacionamento com o cidadão ou “audiência”). Assim, um dos questionamentos de Miola (2011) perante as abordagens da mídia comercial sobre o tema da radiodifusão pública é o “que se pode esperar dos principais espaços de visibilidade e debate público nas democracias contemporâneas quando os temas em tela são de interesse direto das próprias instituições, comprometendo, por exemplo, seu quinhão de influência” (p. 38). Corrobora-se com a problematização, porém enfatiza-se que as regras e comportamentos (*habitus*) do campo jornalístico preserva códigos que, em certa medida, condicionam as práticas dos veículos comerciais a se comprometerem com um conjunto mínimo de requisitos que prezam pelo exercício do contraditório e pela representação das forças que estão em disputa. Dessa forma, acredita-se que a investigação dos argumentos encobertos pela aparência de objetividade e imparcialidade é potencialmente reveladora dessa gênese do campo da radiodifusão pública.

Contudo, pondera-se que as dinâmicas e disposições do fazer jornalístico – mesmo com seu “viés” editorial – inculcam a necessidade de se preservar certas práticas e composições que lhes conferem certo “estatuto de verdade” ou que os mantêm como espaço de interpretações legítimas da realidade, discurso evocado pelos próprios veículos de comunicação. Nas palavras de Miola (2012), os objetivos comerciais da imprensa precisam conviver com a deontologia do campo jornalístico. Assim, costura-se o cultivo da credibilidade por meio da narrativa imparcial e objetiva, alcançado pelo respeito a determinadas características.

[...] os processos de seleção e enquadramento que dão saliência àquilo que se julga mais relevante, a construção do acontecimento jornalístico, a existência de uma hierarquia que ordena os atores sociais na qualidade de fontes, o volume e a densidade das informações necessárias ao cultivo da opinião pública refletida, a constituição de um “mercado de ideias” através da pluralidade e o papel de vigilância quanto às instituições e atores políticos (BUCCI, 2000, GAMSON; MODIGLIANI, 1989; GOMES, 2009; HAAS; STEINER, 2001; SCHUDSON, 1995; TRAQUINA, 2005; TUCHMANN, 2002). (MIOLA, 2011, p. 39).

Miola (2012) também aponta para o respeito a “valores da ética jornalística”, que defendem a “presença das várias interpretações e posicionamentos possíveis sobre as histórias reportadas” (p. 167). A ressalva colocada pela autora são as limitações de ordem física das rotinas produtivas e também a maneira como são aplicados os critérios que definem quais serão as fontes consultadas para abordar determinado assunto. Respalhada pelas teorias do jornalismo e da Comunicação, Miola (2012) argumenta que os veículos de imprensa autorizam determinado ator “a expor um posicionamento e apresentar razões” em função do seu prestígio, “há claras preferências por autoridades formal ou informalmente constituídas, seja por sua expertise, seja pelo cargo que ocupam”. (MIOLA, 2012, p. 166).

Em outro texto, a pesquisadora ainda complementa que o campo jornalístico exerce, especificamente perante o campo político, uma “função informativa e de fomento à interpretação crítica dos fatos que depende da pluralidade e da profundidade oferecida à audiência e que tem como fim colaborar no debate que dá contornos à opinião pública” e uma função de vigilância, “expondo o campo político ao escrutínio público e favorecendo os processos de *accountability vertical*” (MIOLA, 2011, p. 39). Significa inferir que, como parte integrante dessa influência e (re)construção do e no real, os conteúdos publicados pela grande mídia revelará fatos, forças, agentes e interesses materiais e simbólicos dos universos sociais. Ao desvelar as nuances dessas manifestações e como elas retratam (ou camuflam) as disputas de cada campo, será possível correlacionar um provável exercício de violência simbólica da mídia comercial sobre a mídia pública, hipótese construída por essa pesquisa.

A investigação sob a ótica da mídia comercial também se justifica pelo seu poder de sugerir sobre quais assuntos as pessoas devem discutir. Vide o processo de criação da Empresa Brasil de Comunicação e as disputas que permearam tal cenário de mudanças nas políticas públicas de comunicação, momento em que o tema da radiodifusão pública ganhou relevância e abrangência nacional ao ser pautado socialmente a partir da agenda midiática tradicional (MIOLA, 2011; 2012). Dessa forma, ainda que o alcance seja limitado, as inserções na imprensa e na mídia não só modificam a visibilidade pública dos contextos, dos interesses e dos agentes que integram este campo como fornecem ângulos e enquadramentos sobre os assuntos, construindo perspectivas, conformando imagens e promovendo a mediação entre determinado tema e a sociedade (AZEVEDO, 2017).

A facilidade de acesso às publicações dos jornais comerciais e a possibilidade tangível de se construir a gênese do campo em nível da linguagem<sup>31</sup> também foram critérios decisivos para a escolha desses veículos. Além do mais, corrobora-se com a defesa de Azevedo (2017) de que os três jornais (*Folha*, *Estadão* e *O Globo*) possuem “grande influência nos segmentos de opinião pública mais bem informados” (*l.s.p.l*) e mesmo com a popularização da internet “ainda são os jornais diários e as revistas as principais fontes de informação e agendamento”, pois a imprensa escrita e sua “argumentação mais linear, discursiva, aprofundada e sequenciada de notícias” (*l.s.p.l*) ainda repercute, amplia, dissemina e alimenta os debates da televisão, das novas mídias e dos leitores.

A imersão na ótica dos jornais “símbolos” da chamada mídia tradicional e hegemônica ainda tem o potencial de indicar as aderências, por vezes comuns, entre os polos dominantes do campo da radiodifusão e do campo da imprensa e de ambos com os campos econômico e político, cujos agentes e agências não são necessariamente os mesmos, mas representam frações de classe social dominantes convergentes e costumam se articular, intencionalmente ou não, em defesa de interesses comuns. Configuração que Bourdieu (1989) denomina de homologias de posição, alianças e elos construídos entre agentes que, estando em campos distintos, ocupam posições semelhantes, pois as interfaces dos grupos “com o campo de produção econômica são ao mesmo tempo relações de homologia estrutural e relações de dependência causal” (p. 154).

---

<sup>31</sup> No caso específico desta tese, propõe-se também observar quais são os argumentos, ou operadores simbólicos, mais utilizados pelos agentes do campo da imprensa e da radiodifusão para referir-se ao serviço público de mídia. Embora não se constitua em uma metodologia de análise de discurso, o movimento busca mitigar os efeitos de uma investigação exclusivamente estrutural, que desconsidera a ação dos sujeitos neste espaço e como eles se manifestam. A negligência do estudo discursivo, inclusive, é uma das críticas desferida por Bernard Lahire (2017) às apropriações da teoria dos campos, que costumam “dar primazia à análise dos agentes, de suas trajetórias, de suas posições ou de suas estratégias e das lutas que eles realizam entre eles e que estruturam o campo”. (p. 30).

Reitera-se que a problemática central desta pesquisa não é discutir se a imprensa atua ou não de modo enviesado em suas coberturas, ofertando maior ou menor espaço para o polo dominante do campo da radiodifusão, mas sim investigar se os argumentos utilizados pelas abordagens contribuem para naturalizar crenças que deslegitimam o serviço público de radiodifusão. Destarte, o foco não são os parâmetros, os critérios e a qualidade do jornalismo praticado pelos três veículos comerciais, mas como eles usam seus espaços privilegiados de poder simbólico para evidenciar operadores simbólicos positivos ou negativos relacionados às emissoras públicas de rádio e televisão no Brasil. Reconhece-se desde o princípio a existência de conflitos entre os agentes do campo, logo, a pretensão reside em mapear as manifestações dos interesses que estão em jogo, ainda que nas entrelinhas dos conteúdos noticiosos e opinativos, para identificar os níveis e circunstâncias em que se dão essas disputas de poder, prestígios e legitimidade.

### ***3.3 Síntese do objeto de pesquisa***

#### *3.3.1 Problema*

Como o serviço de radiodifusão pública é historicamente retratado pela grande imprensa comercial brasileira? Em específico, quando as emissoras públicas de rádio e televisão são pauta dos veículos impressos comerciais, quais são os temas mais frequentemente abordados, quais grupos são autorizados a falar em nome do campo da radiodifusão e quais crenças simbólicas essas abordagens revelam?

#### *3.3.2 Objetivo geral*

Sob a perspectiva teórico-metodológica de Pierre Bourdieu (1983a; 1983b; 1989), mapear como as temáticas sobre a radiodifusão pública brasileira são retratadas pelos conteúdos informativos e opinativos publicados, entre os anos de 1975 e 2019, pelos jornais *Folha de S. Paulo*, *o Estado de S. Paulo* e *O Globo* e investigar como a mobilização dos agentes e das características qualificadoras e desqualificadoras da mídia pública – os operadores simbólicos da radiodifusão – impacta o reconhecimento, o prestígio e a legitimidade do serviço público de rádio e televisão no Brasil.

### 3.3.3 *Objetivos Específicos*

- Apontar como os operadores simbólicos do setor de radiodifusão se manifestam nos conteúdos informativos e opinativos dos três jornais analisados e, com isso, traçar uma gênese para o campo da radiodifusão pública no Brasil, sob a ótica da grande imprensa comercial;
- Avaliar se as representações construídas pelos jornais se constituem em exercício de violência simbólica do grupo dominante (comercial) sobre o polo dominado (público) da radiodifusão;
- A partir do diagnóstico dos operadores simbólicos visibilizados pela grande imprensa, propor inferências sobre os princípios e práticas incorporados pelos agentes e agências do campo da radiodifusão pública brasileira, ou seja, de um *habitus* construído por meio do olhar da mídia comercial
- Relacionar de que maneira tais construções argumentativas condicionam a própria legitimidade do serviço de radiodifusão pública no Brasil.

### 3.3.4 *Premissa*

As interpretações teórico-metodológicas são fundamentadas na sociologia reflexiva e na praxiologia de Pierre Bourdieu (1983, 1989, 2005) e seu aporte conceitual da teoria dos campos. Sendo assim, esta pesquisa assume a radiodifusão como um campo cujos agentes e instituições estão em concorrência em busca de capitais específicos, que mobilizam as forças deste universo social. Essa luta concorrencial envolve disputas por *capital econômico*, materializado em bens, recursos e/ou investimentos financeiros, verbas publicitárias, lucros, infraestrutura, equipamentos, parque tecnológico dos veículos de comunicação; por *capital social*, representado pelas relações de poder e influência construídas pelos agentes do campo, sobretudo no âmbito do poder econômico e político; por *capital cultural*, que contempla a capacidade dos meios de comunicação em pautar e conformar temas, argumentos e padrões tanto midiáticos quanto de vida e de sociedade; e por *capital simbólico*, traduzido pela reivindicação do discurso jornalístico (e midiático) de obter o monopólio da representação da “verdade objetiva”.

### 3.3.5 Hipótese

Ancorada nos argumentos que conformam operadores simbólicos do campo da radiodifusão, que frequentemente vinculam as emissoras públicas ao aparelhamento político, ao desperdício de dinheiro público e à pouca penetração social, a imprensa comercial constrói uma representação dominante de que a radiodifusão pública efetivada no Brasil não presta serviços relevantes à sociedade e, portanto, não tem razão de existir. Essa visão majoritariamente negativa configura-se como instrumento de violência simbólica, uma vez que os veículos da imprensa comercial inculcam e naturalizam crenças que deslegitimam o serviço público de radiodifusão e, com isso, transferem reconhecimento, prestígio e autoridade ao polo comercial e suas práticas, ampliando o exercício do poder simbólico dos grupos dominantes (mídia comercial) sobre os dominados (mídia pública) e, conseqüentemente, garantindo a concentração dos capitais econômico, cultural, social e simbólico no polo dominante.

### 3.4 A constituição do corpus

Como abordado em tópicos anteriores, a escolha dos jornais *Folha de S.Paulo*<sup>32</sup>, *O Estado de S. Paulo*<sup>33</sup> e *O Globo*<sup>34</sup> como lócus de análise justifica-se porque eles atendem aos requisitos de impacto simbólico necessários a essa pesquisa: capacidade de agendamento e tematização dos assuntos que serão discutidos socialmente, aptidão para influenciar a opinião pública e poder de construir perspectivas e conformar imagens acerca de determinadas matérias. Esses veículos também se enquadram no conceito “jornais de referência” (ZAMIN, 2014) e apresentam atributos como tradição, credibilidade, prestígio, seriedade, diagramação sóbria, sofisticação estilística e reconhecida importância na formação da opinião pública brasileira. Os

---

<sup>32</sup> Jornal de maior circulação do Grupo Folha, também gestor do instituto de pesquisa Datafolha, da agência de notícias Folhapress, do parque gráfico CTG-F, da empresa de logística Transfolha, da FolhaGráfica e da empresa de distribuição SPDL. Cf.: <https://www1.folha.uol.com.br/institucional/>. Saiba mais sobre o grupo consolidado pelo empresário Octavio Frias de Oliveira (1927-2007): [http://www.meiosnobrasil.com.br/?page\\_id=559](http://www.meiosnobrasil.com.br/?page_id=559). Acesso em: 06 de dez. de 2021.

<sup>33</sup> Principal veículo do Grupo Estado, que também gere a Rádio Eldorado, o Jornal da Tarde, a Agência Estado, a Oesp-Mídia, a Oesp-Gráfica e o portal Estadão.com.br. Cf.: <https://www.estadao.com.br/historico/index.htm>. Informações sobre o grupo controlado pela família Mesquita: [http://www.meiosnobrasil.com.br/?page\\_id=463](http://www.meiosnobrasil.com.br/?page_id=463). Acesso em: 06 de dez. de 2021.

<sup>34</sup> Veículo integrante do Grupo Globo (Organizações Globo Participações S.A), formado pelas empresas Globo Comunicações e Participações S.A., Editora Globo, Sistema Globo de Rádio e Globo Ventures e Fundação Roberto Marinho. O grupo da família Marinho gere, dentre outros, o canal aberto TV Globo, 26 canais de TV por assinatura, a plataforma de *streaming* Globoplay; produtos digitais de jornalismo (G1, GE.globo, Gshow), além das marcas ligadas às rádios Globo, CBN, BH FM; Editora O Globo; Valor Econômico e Globo Livros. Cf.: <https://grupoglobo.globo.com/#empresas>. Acesso em: 06 de dez. de 2021.

três jornais ainda lideram o *ranking* de circulação nacional<sup>35</sup> quando se considera a soma de assinaturas nas modalidades impressa e digital, isso sem contar a presença e repercussões nas mídias sociais digitais.

Complementado a perspectiva, Teixeira (2017) defende que ainda que outros veículos impressos exibam “índices notáveis de circulação” (p. 83), os três jornais escolhidos se destacam nos quesitos projeção nacional, prestígio e influência, inclusive “durante os mais importantes e cruciais momentos da história republicana do país” (p. 83). Além disso, aponta que os referidos meios tradicionalmente balizam “a opinião política dos parlamentares em Brasília” (p. 84), aspecto que essa pesquisa se estende à formação de uma opinião pública de modo geral, ao menos no sentido de formação de consensos dominantes de uma elite econômica, social e cultural no país<sup>36</sup>.

O *corpus*<sup>37</sup> selecionado para a análise foi formado a partir da busca por palavras-chave relacionadas ao problema de pesquisa nos acervos digitais de cada veículo, seguindo os recortes e critérios descritos a seguir (*Quadro 2*). Definiu-se dois grupos de expressões para a coleta dos conteúdos jornalísticos: o primeiro, com o intuito de contemplar a dimensão estrutural e mais universal do serviço público de radiodifusão, reuniu expressões de âmbito mais geral e abstrato (radiodifusão pública, rádio pública, TV pública, televisão pública e rádio educativa<sup>38</sup>). O segundo objetivou captar conteúdos particularizados sobre as instituições (agências) que antecederam a estrutura do que, em nível federal, se consagrou como o modelo mais próximo de um serviço público de radiodifusão no Brasil: a EBC<sup>39</sup>. Mapeou-se, portanto, os agentes

---

<sup>35</sup> Informação ratificada pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC) referente ao ano de 2019. Fonte: <https://www.poder360.com.br/midia/digital-melhora-mas-circulacao-de-jornais-ainda-e-menor-do-que-em-2014/>. Acesso em: 28 jun. 2020.

<sup>36</sup> Embora o Grupo Globo seja o “concorrente” mais direto das emissoras públicas de radiodifusão, pondera-se que os três veículos comerciais são representantes de um espectro ideológico neoliberal e situam-se no polo dominante do campo midiático. Assim, por homologia de posição (BOURDIEU, 1989), acabam atuando em defesa de interesses comuns. Embora as análises busquem as regularidades e comportamentos homogêneos, ressalta-se que esse olhar mais universal não anula as variações de posicionamentos divergentes entre os grupos empresariais, como a tendência econômica mais conservadora do jornal O Estado de S. Paulo e o alinhamento político-ideológico regional dos veículos paulistas aos governos de centro-direita do estado de São Paulo.

<sup>37</sup> Constituído por um total de 2.327 publicações (informativas e opinativas) coletadas: 752 na *Folha de S. Paulo*; 830 n’O Estado de S. Paulo; e 745 em O Globo.

<sup>38</sup> Na fase de pré-teste, na qual definiu-se as palavras-chave que seriam utilizadas, a expressão “rádio educativa” se mostrou mais restrita e fiel aos objetivos deste estudo. Portanto, optou-se por mantê-la. Diferentemente das palavras-chave “rádio estatal”, “TV educativa”; “televisão educativa”; “TV estatal” e “televisão estatal”, que ampliavam significativamente a quantidade de publicações a ser coletadas e conseqüentemente o escopo de emissoras em suas tradições educativas, estatais e governamentais. Variações que dificultariam as interpretações comparativas propostas. Em substituição a essas expressões, elegemos instituições e veículos representativos do campo público da radiodifusão que apresentavam correspondência com a EBC, agente central desta tese.

<sup>39</sup> A atuação da Empresa Brasil de Comunicação não se restringe aos serviços de rádio e televisão, sendo gestora, por exemplo, da maior agência pública de notícias on-line do país, a Agência Brasil, além de prestar serviços de natureza governamental, sobretudo para o governo federal.

(Radiobrás, TV Educativa do Rio de Janeiro<sup>40</sup> e suas variações de nomenclatura) que exerceram protagonismo nacional na história desse turvo campo público de radiodifusão. Desta feita, para os casos das palavras-chaves de âmbito abstrato, considerou-se o contexto do cenário de reabertura democrática do país (1985) até o ano de 2019<sup>41</sup>. Em relação à dimensão dos agentes, o recorte temporal foi limitado ao intervalo situado entre o ano de fundação e o ano extinção de cada instituição ou, para os casos de a empresa ainda existir, até o ano de 2019.

**Quadro 2** – Critérios para definição das palavras-chave

(continua)

<b>Dimensão estrutural</b>		
<b>Expressões exatas</b>	<b>Dimensão representativa</b>	<b>Recorte temporal</b>
radiodifusão pública		
rádio pública	Palavras que, em potencial, abarcam abordagens genéricas e enquadramentos abstratos sobre as emissoras públicas. Permitem identificar se a imprensa comercial reconhece, nominalmente, a radiodifusão como serviço público.	1985-2019
TV pública		
televisão pública		
rádio educativa		
<b>Dimensão dos agentes (agências/instituições)</b>		
<b>Expressões exatas</b>	<b>Dimensão representativa</b>	<b>Recorte temporal</b>
EBC	Empresa pública federal gestora de emissoras de rádio e televisão, de agências de notícias e prestadora de serviços na área de comunicação e publicidade legal. Expoente do serviço de radiodifusão pública no Brasil, sua proposta normativa original (Lei Nº 11.652 de 2008) inspira-se nos parâmetros internacionais de mídia pública.	2007-2019
Empresa Brasil de Comunicação		
Radiobrás	Enquanto existiu (1975-2007), foi referência do braço estatal/governamental da radiodifusão no Brasil. Gestora de veículos de rádio e televisão e de agências de notícias, teve sua estrutura (emissoras, patrimônio e funcionários) incorporada pela EBC. Por parametrização, as palavras-chave foram escolhidas em substituição a “TV estatal”; “televisão estatal”; “rádio estatal”.	1975-2007
Empresa Brasileira de Comunicação		

<sup>40</sup> Fonte: <https://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/tv-educativa-tve>

<sup>41</sup>A quantidade de resultados encontrada nos acervos anteriores a este período não se mostrou numericamente e qualitativamente significativa.



**Quadro 2** – Critérios para definição das palavras-chave

(conclusão)

<b>Dimensão dos agentes (agências/instituições)</b>		
<b>Expressões exatas</b>	<b>Dimensão representativa</b>	<b>Recorte temporal</b>
TVE do Rio / TVE Rio	Emissora de televisão educativa, criada oficialmente em 1975. Era concessão da Fundação Centro Brasileira de TV Educativa (FCBTVE). Passou a ser chamada pela sigla Funtevê (1982) e depois por Fundação Roquette-Pinto (1990), esta absorvida em 1998 pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp). Foi incorporada pela EBC, transformando-se na TV Brasil. Por parametrização, as palavras-chave foram escolhidas em substituição a “TV educativa”.	1975-2007
TVE do RJ / TVE RJ		
TVE Brasil		
TV Educativa do Rio / TV Educativa Rio		
TV Educativa do RJ / TV Educativa RJ		

Ainda sobre o recorte do intervalo de tempo, optou-se por não definir períodos mais curtos ou momentos específicos, tendo em vista que o intuito da pesquisa é traçar um panorama mais global sobre como a radiodifusão pública foi retratada ao longo dos anos pelos veículos comerciais e em que medida e em quais momentos essas abordagens, contínua e historicamente, revelam similaridades, convergências e diferenças, sobretudo em suas relações com o contexto político-governamental. Nas palavras de Azevedo (2017), a escolha de um intervalo de tempo maior pode “revelar tendências e linhas de continuidade ao longo de diversas conjunturas, superando, deste modo, os episódios [...] isolados e contingenciais” (*[s.p.]*).

Para a constituição do *corpus*, foram coletados todos os conteúdos que atenderam o recorte temporal e a expressão exata descritos pelo quadro acima, sendo que a busca foi limitada às edições digitalizadas de cada jornal, disponíveis nos acervos on-line dos três veículos, excluindo-se os textos que foram publicados apenas na internet. Outros filtros de recorte e exclusão foram: as matérias em que o veículo público era mencionado apenas como uma fonte para a notícia; quando o resultado se constituía como mera divulgação de grade de programação ou guia cultural; nas inserções que apresentaram ruídos de busca ou naquelas que o resultado não se mostrou pertinente aos objetivos da pesquisa; ou ainda nos casos de repetição/duplicação de conteúdos, como detalha o quadro a seguir (*Quadro 3*).

**Quadro 3** – Critérios de exclusão de conteúdos para a constituição do *corpus*

Situação	Parâmetro	Exemplo
Veículo público nacional ou internacional usado como fonte para a notícia	A mídia pública é mencionada apenas como fonte de informação para um fato ou exerce a função de agência de notícias, com o jornal reproduzindo seus conteúdos.	“Navio de 13 andares bate em cais e em barco turístico em Veneza” (...) Apesar da gravidade, o acidente deixou apenas cinco feridos leves, segundo a televisão pública italiana”.
Entrevista realizada por veículo público	Menções em que a mídia pública é citada apenas por veicular participações ou entrevistas de autoridades e personalidades. A citação, nesse caso, é similar à fonte de informação.	“‘Vai comprar o que quiser’, disse a ministra em entrevista ao programa ‘Bom Dia, Ministro’, da EBC”. Obs.: Foram considerados os resultados nos quais a informação apresentada é importante para o contexto da radiodifusão no país.
Divulgação de grade de programação, guia cultural e afins	Quando a menção faz referência exclusiva à sinopse de programação de veículo público ou à “agenda cultural”, sem aprofundamento sobre o conteúdo.	“A TV Brasil estreia neste mês série sobre meio ambiente batizada de ‘Rio+20: Ponto de Partida’ pelo ministro Aloizio Mercadante, do conselho curador da EBC. Os programas vão ao ar nos intervalos”. Obs.: Foram coletados resultados nos quais a programação era detalhada, em forma de notícia, reportagem, artigo ou crítica, pois estas trazem argumentos relevantes sobre a mídia pública.
Ruído de busca ou resultado não pertinente aos objetivos da pesquisa	O resultado não corresponde, em sentido, às palavras-chave ou o conteúdo, mesmo referindo-se à radiodifusão pública, extrapola as intenções da pesquisa.	Anúncios publicitários e/ou imobiliários; de negócios (venda e compra); de licitações, pregões ou de publicidade legal e/ou institucional; matérias sobre veículos públicos internacionais; outros. “Folha Na Internet: Corpo de jornalista Ottoni Fernandes é enterrado em São Paulo”.
Repetição	O resultado, contemplado por outra palavra-chave, aparece em duplicidade nas buscas.	Não se aplica
Outro	Não foi possível identificar ou localizar conteúdo na página indicada.	Não se aplica

### *3.5 Instrumentos operacionais de coleta e de análise*

Nos estudos sobre as políticas de comunicação, as análises sobre as relações de força, poder e disputa sociais do campo midiático tendem a lançar um olhar dialético que posiciona os agentes e instituições em polos distintos e opostos, em constante conflito: hegemônicos e contra hegemônicos, tradicionais e alternativos, comercial e público. Esta pesquisa reconhece a existência dessas posições, porém, em coadunação com a teoria bourdieusiana, defende-se que as relações dentro do campo são mais complexas que as lutas dicotômicas antagônicas. Os agentes dominantes e dominados “são necessariamente coniventes, adversários e cúmplices que, através do antagonismo, delimitam o campo legítimo da discussão” (ORTIZ, p. 23), ou seja, os polos possuem distinções, mas também partilham pressupostos ordenadores do funcionamento dos espaços sociais. Adere-se, portanto, à ideia de que o exercício do poder e da dominação em cada universo se dá em diferentes níveis, varia a depender dos contextos e circunstâncias e apresenta nuances e mobilidades, ainda que em geral as relações de força tendam a se perpetuar historicamente, limitando assim as rupturas significativas com as estruturas.

Ir além do argumento reducionista de que “a mídia comercial” atua para sufocar a “mídia pública”, pressuposto compartilhado por algumas vertentes de estudos da área, é um exercício de reflexividade, nos termos de Bourdieu. Significa dizer as operações práticas desta pesquisa visa descobrir empiricamente de qual mídia comercial ou pública que se fala, quais são seus agentes, quais temas eles abordam, quais argumentos eles usam e em quais dimensões. Ao afirmar que o “conhecimento rigoroso” pressupõe ruptura com opiniões e princípios preconcebidos e com evidências do senso comum, Bourdieu (1997) menciona o exemplo dos meios de comunicação e alerta para a necessidade de minimizar os “efeitos automáticos dos mecanismos sociais” sobre a pesquisa (BOURDIEU, 1997, p. 707).

É somente ao preço de uma denúncia ativa dos pressupostos tácitos do senso comum que se podem opor os efeitos de todas as representações da realidade social aos quais pesquisados e pesquisadores são continuamente expostos. Penso em particular naqueles produzidos pela imprensa, escrita e sobretudo televisada, e que se impõem às vezes aos mais despojados como enunciados prontos daquilo que eles acreditam ser a experiência. (BOURDIEU, 1997, p. 707).

No caso desta pesquisa, objetiva-se justamente tensionar a ideia generalista de que a imprensa representa o “senso comum”, seguindo os postulados do próprio Bourdieu de que todo campo social (e a mídia é um deles) é formado por uma complexa rede de relações entre agentes e suas respectivas concorrências em torno de interesses específicos. Para além da luta evidente

por capital econômico, o que está em jogo no campo midiático – aqui sob o recorte da radiodifusão – são as disputas simbólicas pela competência ou “capacidade de falar e agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade)” (BOURDIEU, 1983b, p. 122) e fazer com que a sua representação da realidade social seja reconhecida e validada. Por essa lógica, entende-se que não existe uma representação exclusiva de realidade social feita pela mídia, mas disputas por representações que vão variar de acordo com as posições dos agentes que compõem esse universo, se no polo dominante ou dominado, e pelos embates entre eles ao longo de determinado tempo histórico.

Contudo, a configuração do ecossistema midiático brasileiro, centrada amplamente na tradição e hegemonia dos meios de comunicação comerciais, imputou a esse perfil dominante o monopólio quase exclusivo de definir o que está em jogo, o que é legítimo, quais são os interesses e quais são as representações possíveis. Em outras palavras, a mídia comercial, por muito tempo no Brasil<sup>42</sup>, ditou rumos para consensos sociais acerca de determinados temas, impôs em grande medida a sua forma representar os universos como a forma legítima dentro do campo da comunicação, sobretudo em relação a seus concorrentes<sup>43</sup>. Bourdieu sustenta que, no campo científico, os dominantes compartilham de uma “opinião comum” cuja sua legitimidade gera eficácia simbólica com função próxima à exercida pela noção de opinião pública na ideologia liberal (BOURDIEU, 1983b, p. 128). Por analogia, estende-se a ideia aos meios de comunicação comercial e sua capacidade de definir um “sistema de normas e valores” que, por seu alcance e dimensão, é imposto e inculcado não apenas aos membros do campo como à própria dinâmica social. A mídia comercial seria, portanto, a internalização e externalização da ideia de que ela fala em nome de uma “opinião pública” e comum, reiterando que o consenso se fundamenta “no desconhecimento, pelos agentes, de que o mundo social é um espaço de conflito, de concorrência entre grupos com interesses distintos” (ORTIZ, 1983, p. 24) e no desconhecimento “social do espaço onde se trava, simbolicamente, a luta de classes” (p. 25), condições que acentuam a reprodução dos “valores produzidos e administrados pela classe dominante” (p. 25). Desta feita, mapear questões sobre a radiodifusão pública brasileira

---

<sup>42</sup> Faz-se a ressalva temporal porque na contemporaneidade, sobretudo com a ampliação do acesso à internet e às mídias sociais digitais, nota-se uma redução do poder simbólico exercido pelos meios de comunicação considerados tradicionais (televisão, rádio, jornais). No entanto, essa redução não significa que esses veículos deixaram de exercer seu poder de construção ou representação da realidade, inclusive porque eles também transitam (ou estão migrando) pelo universo digital. Há apenas maior pulverização, ainda limitada, da disputa de poder pela autoridade discursiva.

<sup>43</sup> Novamente, essa pesquisa trabalha com a hipótese de que, em busca da autoridade de falar como agente legítimo do campo, é interesse da mídia comercial impor uma representação do que é o próprio serviço de radiodifusão pública no Brasil.

nos veículos comerciais permitiu observar os argumentos que compõem, em certo grau, o “consenso”, a “representação social” acerca do que seria o serviço público de radiodifusão.

Em nível operacional, aplicou-se um questionário de análise que combina elementos quantitativos e qualitativos para observar regularidades nos perfis, abordagens, agentes e temas das publicações da imprensa comercial sobre o tema. Tanto o instrumento de coleta (o questionário) quanto as articulações analíticas buscaram desvelar são as estruturas estruturantes e estruturadas do campo da radiodifusão a partir do diagnóstico sobre os agentes que conformam as relações de força deste espaço social, suas posições e mobilizações dentro do campo; e as principais disputas e crenças definidoras da gênese da radiodifusão pública.

### *3.5.1 O questionário de coleta e categorização para as análises*

Tanto a elaboração do instrumento de coleta quanto a categorização para as análises foram pensados entorno do objetivo de mapear nos três veículos investigados: 1) o perfil jornalístico dos conteúdos; 2) as abordagens temáticas mais frequentes sobre a radiodifusão pública; 3) os agentes e agências selecionados para falar em nome do campo; 4) as crenças que permeiam o serviço público de rádio e televisão.

Para a construção do questionário (Quadros 5 a 13) de coleta, utilizou-se em um primeiro momento referências teóricas sobre o jornalismo<sup>44</sup> e sobre o campo da radiodifusão pública no Brasil e no mundo<sup>45</sup>, sendo que o primeiro forneceu os parâmetros para a extração de dados que auxiliassem na identificação das características e da qualidade jornalísticas das publicações – formato, gênero, quantidade de fontes, factualidade, contextualização – e o segundo, os parâmetros conceituais para extrair dos conteúdos como a mídia comercial opera os princípios e objetivos do serviço de radiodifusão pública, seja para qualificar ou para desqualificar as práticas das emissoras públicas brasileira. O movimento seguinte foi a realização da leitura flutuante dos conteúdos dos jornais (BARDIN, 2011), que permitiu a adequação das bases teóricas à materialidade do objeto de pesquisa em questão<sup>46</sup>.

A base operacional e interpretativa de toda a pesquisa guia-se pela teoria da prática de Pierre Bourdieu (1983a, 1983b, 1989; BOURDIEU; WACQUANT, 2005) e seus pilares para

---

<sup>44</sup> Melo e Assis (2010).

<sup>45</sup> Os operadores simbólicos do campo da radiodifusão pública foram elaborados fundamentados nos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública instituídos pela Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008 e nas publicações da Unesco (2001; 2006; 2015) sobre melhores práticas do serviço público de radiodifusão.

<sup>46</sup> Dois artigos publicados pela autora desta tese, um em coautoria com a orientadora do trabalho, serviram de pré-teste tanto para a elaboração quanto para a adaptação do instrumento de coleta utilizado. Cf.: OLIVEIRA, 2019; OLIVEIRA; BIANCO, 2020.

o mapeamento da gênese do campo, conforme densamente explicado nos capítulos anteriores. Contudo, também deve-se considerar a inspiração instrumental nos estudos de análise de conteúdo (BARDIN, 2011; SOUZA JÚNIOR; MELO; SANTIAGO, 2010) durante as etapas de pré-análise, formulação das categorias temáticas do instrumento de coleta e exploração e sistematização dos dados. Complementar às diretrizes bourdieusianas que traçam as disputas simbólicas e os perfis do campo da radiodifusão pública, seguiu-se as etapas reproduzidas abaixo (Quadro 4) para desencobrir núcleos de sentido e assim contribuir para a identificação dos temas mais frequentes, dos principais agentes e dos operadores qualificadores e desqualificadores presentes nas inserções sobre a mídia pública na imprensa comercial.

Ressalta ainda que o questionário elaborado foi inserido no *software* Sphinx iQ2<sup>47</sup>, ferramenta que permite tanto a coleta dos dados, com a marcação das opções assinaladas pelo formulário que guia as observações, quanto a tabulação e cruzamentos estatísticos dos resultados<sup>48</sup>.

**Quadro 4** – Roteiro simplificado: etapas de categorização, exploração e análise

(continua)

Etapas	Intenções	Ações
1ª etapa: pré-análise	Retomada do objeto e objetivos da pesquisa; Escolha inicial dos documentos; Construção inicial de indicadores para a análise: definição de unidades de registro - palavras-chave ou frases; e de contexto - delimitação do contexto (se necessário)	Leitura flutuante: primeiro contato com os textos, captando o conteúdo genericamente, sem preocupações técnicas Constituição do corpus, seguir normas de validade: 1) Exaustividade - dar conta do roteiro; 2) Representatividade - dar conta do universo pretendido; 3) Homogeneidade - coerência interna de temas, técnicas e interlocutores 4) Pertinência: adequação ao objeto de estudo

(continua)

<sup>47</sup> *Software* adquirido com apoio de edital de fomento do Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

<sup>48</sup> Tabulação sistematizada com o apoio técnico do pesquisador Osvaldo Assis Rocha Neto.

**Quadro 4** – Roteiro simplificado: etapas de categorização, exploração e análise

(conclusão)

<b>Etapas</b>	<b>Intenções</b>	<b>Ações</b>
2ª etapa: exploração do material	Referenciação dos índices e a elaboração de indicadores – recortes do texto e categorização;	Referenciação dos índices e a elaboração de indicadores – recortes do texto e categorização;
3ª etapa: Tratamento dos dados e interpretação	Interpretação dos dados brutos (falantes); Estabelecimento de quadros de resultados, pondo em relevo as informações fornecidas pelas análises	Inferências com uma abordagem variante/ qualitativa, trabalhando com significações em lugar de inferências estatísticas

Fonte: Reprodução de Souza Júnior, Melo e Santiago (2010, p. 35)

### 3.5.1.1 Parte 1 – Perfil da cobertura jornalística

O intuito dessa análise de primeiro nível é classificar, situar cronologicamente e tematizar em âmbito mais descritivo os perfis de conteúdos coletados nos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Nesse grupo, as publicações são tipificadas de acordo com os critérios: veículo; título; data de publicação; gênero jornalístico; formato jornalístico e presença de recurso gráfico (foto, tabelas, quadros, ilustrações, infográficos). Nesses casos, a classificação por gênero e formato jornalístico constitui o único quesito que não é autoexplicativo. O critério utilizado para a sua tipificação foi a simplificação da divisão proposta por Melo e Assis (2010), agrupando os conteúdos nos dois gêneros mais abrangentes e usuais das práticas jornalísticas dos veículos tradicionais diários brasileiros: o informativo e o opinativo<sup>49</sup> (*Destaque do Quadro 5*).

<sup>49</sup> No caso da pesquisa, eventuais conteúdos mais densos ou específicos (perfis que fogem à regra do material coletado) que poderiam ser classificados como gênero interpretativo, diversional ou utilitário foram agrupados dentro dos formatos que compõem o gênero informativo ou opinativo, a depender do caso.

**Quadro 5** – Classificação das publicações quanto ao gênero e formatos jornalísticos

<b>Gêneros e formatos jornalísticos</b>	
<b>Gênero informativo</b>	
Nota	
Notícia	
Reportagem	
Entrevista	
<b>Gênero opinativo</b>	
Editorial	
Artigo	
Resenha ou crítica	
Coluna	
Comentário	
Crônica	
Charge e caricatura	
Carta do leitor	
<b>Gênero interpretativo</b>	
Análise	
Perfil	
Enquete	
Cronologia	
<b>Gênero diversional</b>	
História de interesse humano	
História colorida	
<b>Gênero utilitário</b>	
Indicador	
Cotação	
Roteiro	
Serviço	

Fonte: Adaptação de Melo e Assis (2010, p. 55; 101-107; 109-123; 128; 151-153)

As investigações sobre o perfil jornalístico das publicações também visam buscar indícios sobre a qualidade do debate e dos argumentos da mídia comercial quando essa faz referência à radiodifusão pública. Assim, buscou-se avaliar a factualidade das abordagens e o nível de contextualização de cada inserção. Defende-se que essa discussão é relevante porque impacta o universo simbólico que permeia as representações sobre as emissoras de rádio e televisão pública.



**Quadro 6** – O critério factualidade pauta as abordagens sobre a radiodifusão pública?

Categorização operacional
<p>O conteúdo é factual?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Sim</li> <li><input type="radio"/> Não</li> </ul>
<hr/> <p>Se sim, qual o “gancho”?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Divulgação de orçamento, investimentos ou outros aspectos econômicos</li> <li><input type="radio"/> Mudanças nas políticas públicas ou na legislação do setor</li> <li><input type="radio"/> Especulações sobre mudanças nas políticas públicas ou legislação do setor</li> <li><input type="radio"/> Dinâmicas institucionais de veículo público</li> <li><input type="radio"/> Movimentações ou articulações políticas</li> <li><input type="radio"/> Conteúdos e programação</li> <li><input type="radio"/> Questões relacionadas à audiência</li> <li><input type="radio"/> Efemérides</li> <li><input type="radio"/> Outra</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Objetivo de análise</b></p> <p>Ao observar se as publicações são factuais, ou seja, estão vinculadas a fatos, situações ou eventos concretos que mobilizam no presente o campo da radiodifusão pública, é possível problematizar se os agentes da radiodifusão pública possuem espaços de visibilidade para falar sobre o assunto de forma mais livre e autônoma ou se são os aspectos concretos correlacionados sobretudo ao campo dos poderes econômico e político que pautam o tema na mídia comercial.</p>
<p>Marcação única.</p> <p>Filtro: A análise de factualidade foi aplicada às 2.327 publicações do <i>corpus</i>. A identificação do gancho de factualidade às 2.244 inserções classificadas como factuais.</p>

**Quadro 7** – Elemento qualificador do debate

Categorização operacional
<p>Os argumentos que sustentam a temática central predominante são apresentados de forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Superficial</li> <li>o Contextualizada</li> </ul>
<p><b>Objetivo de análise</b></p> <p>Considera-se o conteúdo superficial quando apenas menciona argumentos relacionados à tese central abordada, enquanto a classificação contextualizada refere-se à presença de dados, contextos, fontes ou outros elementos que qualificam ou aprofundam o tema.</p>
<p>Marcação única.</p> <p>Filtro: Notícias, reportagens, entrevistas, editoriais, crônicas, críticas e artigos de opinião. A natureza dos demais formatos jornalísticos não contempla dimensão contextualizada do fato.</p>

Ainda com o intuito de caracterizar a qualidade do debate jornalístico produzido por esses três veículos integrantes da grande imprensa comercial, aplicou-se exclusivamente para os conteúdos informativos uma questão (*Quadro 8*) sobre a quantidade de fontes de informação, diretas e indiretas, consultada pela publicação. Esse critério entra como indicador importante para a avaliação sobre a pluralidade e diversidade de fontes em relação às abordagens sobre a radiodifusão pública.

**Quadro 8** – Quantidade de fontes consultadas pela matéria

Categorização operacional
<p>Quantas fontes de informação, diretas e indiretas, são consultadas pela matéria?</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 0</li> <li>b) 1</li> <li>c) 2</li> <li>d) 3</li> <li>e) 4 ou mais</li> </ul>
<p>Marcação única.</p> <p>Filtro: Por sua dimensão informativa, aplicada aos formatos notícia, reportagem e entrevista.</p>

Ressalta-se que para tecer inferências mais precisas sobre a pluralidade das fontes e se elas são representativas de grupos diversos foi necessário combinar a avaliação da quantidade de consultas com análises sobre o perfil dessas fontes (Quadro 9). Entende-se que essa categorização oferece indícios importantes sobre o mapeamento dos agentes do campo da radiodifusão, a ser detalhada na *Parte 3* do questionário, todavia optou-se por apresentá-la neste primeiro bloco porque as informações levantadas também revelam aspectos importantes sobre a qualidade do debate jornalístico da mídia comercial acerca das temáticas que permeiam a radiodifusão pública.

**Quadro 9** – Perfil das fontes consultadas pela matéria

Categorização operacional
Qual o tipo das fontes consultadas pela matéria?
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Representantes ou pessoas vinculadas aos veículos públicos, estatais ou educativos de comunicação</li> <li><input type="radio"/> Representantes ou pessoas vinculadas aos veículos comerciais de comunicação</li> <li><input type="radio"/> Chefe do Executivo (estadual ou federal)</li> <li><input type="radio"/> Ministros, secretários ou representantes diretos do Poder Executivo</li> <li><input type="radio"/> Representantes de agências ou instituições reguladoras</li> <li><input type="radio"/> Políticos com mandato</li> <li><input type="radio"/> Políticos sem mandato</li> <li><input type="radio"/> Membros do STF</li> <li><input type="radio"/> Juízes, desembargadores, advogados ou outros representantes do sistema de Justiça</li> <li><input type="radio"/> Representantes de movimentos civis organizados</li> <li><input type="radio"/> Fontes especializadas (pesquisadores, professores, técnicos)</li> <li><input type="radio"/> Cidadão</li> <li><input type="radio"/> Outro</li> </ul>
<p>Marcação única.</p> <p>Filtro: Por sua dimensão informativa, aplicada aos formatos notícia, reportagem e entrevista.</p>

### 3.5.1.2 Parte 2 – Mapeamento temático

O segundo grupo de questões visa identificar quais são os temas e subtemas relacionados à radiodifusão pública pautados pela mídia comercial, o intuito é mapear o que, quais os assuntos, a grande imprensa reconhece como relevante quando se refere ao serviço público de radiodifusão.

**Quadro 10** – Dimensão temática central da publicação

Categorização operacional
Qual a dimensão temática central da publicação?
<input type="radio"/> Econômica <input type="radio"/> Política <input type="radio"/> Institucional <input type="radio"/> Cultural e social <input type="radio"/> Normativa <input type="radio"/> Outra Se outra, qual?
<b>Objetivo de análise</b>  Ao agrupar e diferenciar a cobertura por temas globais, pretende-se mensurar as dimensões para as quais a imprensa comercial oferece maior cobertura midiática, elemento potencialmente revelador do peso que cada interesse (econômico, político, social ou simbólico) ocupa dentro do campo da radiodifusão pública, segundo a ótica da imprensa comercial. Nesse quesito, considera-se apenas o enfoque predominante, em uma primeira análise, e depois assinala-se também a presença dessas dimensões de forma periférica em cada publicação.
Marcação única. Filtro: Todas as publicações do corpus

Para ampliar o escopo do mapeamento, propõe-se também uma análise temática em segundo nível, com potencial de revelar os subtemas sobre a radiodifusão pública abordados pela mídia comercial. Com isso, pretende-se identificar quais questões possuem potencial para mobilizar as forças do campo, mesmo que de forma periférica. Ao assinalar os quesitos descritos abaixo (*Quadro 9*) na análise das publicações, considerou-se qualquer menção ao subtema, ainda que ela tenha sido feita de forma tangencial.

**Quadro 11** – Dimensão subtemática das publicações

Categorização operacional	
Qual a dimensão temática central da publicação?	
<p><i>Dimensão econômica</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Orçamento, investimento ou gasto público</li> <li>o Disputa por recursos oriundos da publicidade governamental ou privada</li> <li>o Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos</li> </ul> <p><i>Dimensão institucional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Contratações, demissões, nomeações e organização de pessoal de veículo público de comunicação</li> <li>o Gestão e decisões administrativas relativas de determinado veículo público</li> <li>o Parcerias, convênios, licitações ou contratos envolvendo veículos públicos</li> <li>o Atuação ou dinâmicas de Conselhos, colegiados ou instâncias de participação e controle social</li> </ul>	<p><i>Dimensão cultural e social</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Conteúdos, programas, formatos, linguagens, produção de conteúdos de veículo público</li> <li>o Participação da sociedade</li> <li>o Aferição de audiência</li> <li>o Papel social, objetivos, princípios e missão da mídia pública</li> </ul> <p><i>Dimensão política</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Autonomia ou independência política</li> <li>o Decisões e articulações políticas do Executivo ou do Legislativo</li> </ul> <p><i>Dimensão normativa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Legislação ou políticas públicas que regem o setor de radiodifusão</li> <li>o Decisões judiciais relacionadas à radiodifusão</li> </ul> <p><i>Outra dimensão subtemática</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Qual?</li> </ul>
<p>Marcação única.</p> <p>Filtro: Vinculada à dimensão temática central. Assinalar quando a publicação mencionar subtemas listados pelo respectivo grupo</p>	

De maneira complementar e para ilustrar tais abordagens temáticas, mapeou-se a frequência de vocábulos mais utilizados<sup>50</sup> nos títulos das 2.327 publicações e construiu-se nuvens de palavras com as recorrências divididas por veículos e por períodos de governo. Esse recurso auxilia tanto na identificação das abordagens mais comuns quanto na percepção das ênfases e variações temáticas conforme os ciclos políticos do Poder Executivo Federal.

<sup>50</sup> A tabulação da frequência de palavras e a criação das nuvens foi feita por meio do *software NVivo*, com o apoio técnico da mestra Kárin Giselle Ventura Ferreira.

### 3.5.1.3 Parte 3 – Mapeamento dos agentes: visibilidade e relações de poder

Ressalta-se que a partir daqui, as segmentações (*Partes 3 e 4*) analisam apenas as notícias, reportagens, editoriais, artigos, crônicas e críticas sendo excluídos do mapeamento as notas (informativas e opinativas), colunas, charges, frases, comentários, carta do leitor. O descarte deste perfil de inserções ocorreu por sua natureza enxuta e superficial enquanto formatos jornalísticos, não permitindo uma análise mais qualificada dos argumentos relacionados à radiodifusão pública conforme o questionário elaborado para tal fim. Posteriormente, na análise descritiva, haverá tratamento diferenciado para conteúdos informativos e opinativos, sendo importante ressaltar que algumas questões (como a quantidade de fontes consultadas), só serão aplicadas às publicações de caráter informativo em decorrência das características específicas dos critérios jornalísticos pactuados por este campo.

O terceiro agrupamento operacional (*Parte 3*) objetiva diagnosticar quais agentes e instituições são mencionados e, portanto, reconhecidos pela grande imprensa como mobilizadores das forças do campo da radiodifusão pública. A intenção é detectar os grupos aos quais a mídia comercial oferece visibilidade e, conseqüentemente, dimensionar qual espaço o serviço público de radiodifusão ocupa nesse universo de disputas, segundo a ótica construída pela mídia comercial. A primeira questão visa identificar não apenas o tipo de agente ou agência mencionado pela publicação, mas sobretudo para quais grupos a mídia confere posição de protagonista em cada abordagem (*Quadro 12*). Nestes casos, observa-se quais agentes ou agências a publicação se refere e não necessariamente quais são as fontes consultadas. Acredita-se que as análises sobre o espaço oferecido aos agentes do campo, sejam eles objeto de tematização das abordagens ou fontes de informação das publicações, contribui para as reflexões sobre como se organizam as forças de poder, prestígio e reconhecimento dentro do campo.

**Quadro 12** – Agentes e agências apontados como centrais pela tematização da publicação

Categorização operacional	
Qual agente ou instituição é alçado à condição de protagonista das ações tematizadas?	
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> A matéria não dá destaque a agentes ou instituições</li> <li><input type="checkbox"/> EBC</li> <li><input type="checkbox"/> TV Brasil</li> <li><input type="checkbox"/> TV Brasil Internacional</li> <li><input type="checkbox"/> TV NBR</li> <li><input type="checkbox"/> Rádios MEC ou Nacional</li> <li><input type="checkbox"/> Agência Brasil</li> <li><input type="checkbox"/> Radiobrás ou algum de seus veículos</li> <li><input type="checkbox"/> EBN</li> <li><input type="checkbox"/> TVE do Rio de Janeiro</li> <li><input type="checkbox"/> FCBTVE ou Funtevê</li> <li><input type="checkbox"/> Acerp</li> <li><input type="checkbox"/> Fundação Padre Anchieta</li> <li><input type="checkbox"/> TV Cultura de SP</li> <li><input type="checkbox"/> Rádio Cultura de SP</li> <li><input type="checkbox"/> Outros veículos públicos, educativos, estatais ou universitários</li> <li><input type="checkbox"/> Radiodifusores, empresários do setor, veículos e representantes da mídia comercial</li> <li><input type="checkbox"/> Chefe do Executivo (estadual ou federal)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ministros, secretários ou representantes diretos do Poder Executivo</li> <li><input type="checkbox"/> Outros órgãos ou instituições vinculadas ao Poder Executivo (federal ou estadual)</li> <li><input type="checkbox"/> Agências ou instituições reguladoras</li> <li><input type="checkbox"/> Políticos com mandato</li> <li><input type="checkbox"/> Políticos sem mandato</li> <li><input type="checkbox"/> Poder Legislativo (estadual ou federal)</li> <li><input type="checkbox"/> Membros do STF</li> <li><input type="checkbox"/> Juízes, desembargadores, advogados ou outros representantes do sistema de Justiça</li> <li><input type="checkbox"/> Poder Judiciário (federal ou estadual)</li> <li><input type="checkbox"/> Movimentos civis organizados</li> <li><input type="checkbox"/> Fontes especializadas (pesquisadores, professores, técnicos)</li> <li><input type="checkbox"/> Cidadão</li> <li><input type="checkbox"/> Outro</li> </ul>
<p>Marcação única</p> <p>Filtro: Notícias, reportagens, entrevistas, editoriais, crônicas, críticas e artigos de opinião</p>	

#### 3.5.1.4 Parte 4 – Identificação dos capitais e argumentos em disputa

Para além do discurso de objetividade e imparcialidade, o fato de a mídia hegemônica ter o poder de pautar certos assuntos, ou de silenciar outros, e de hierarquizar determinadas fontes em detrimento de outras constitui-se aspecto revelador das relações de poder implícitas em determinado campo.

Assim, desvelar as crenças e capitais em disputa que permeiam o campo da radiofusão pública a partir dos conteúdos publicados pela imprensa comercial oferece indícios e/ou

elementos para se inferir de que maneira tais abordagens dominantes constroem e validam determinados aspectos da realidade do sistema público de radiodifusão.

Se os conteúdos priorizam aspectos pejorativos e negativos sobre esse serviço – hipótese construída por essa pesquisa – há um exercício de violência simbólica sobre o campo que, conseqüentemente, contribui para deslegitimar a radiodifusão pública perante a sociedade. Portanto, é necessário comprovar ou falsear a existência dessa abordagem desqualificadora, ou seja, se ela efetivamente se materializa nos conteúdos observados por este estudo.

A última parte da categorização operacional visa, desta maneira, identificar e mensurar, nos conteúdos publicados pela grande imprensa, a presença de elementos qualificadores e desqualificadores do serviço público de radiodifusão, por meio dos quais é possível mapear quais capitais específicos do campo estão em disputa, quais são as relações implícitas entre os agentes e agências da radiodifusão com os campos do poder econômico e político e como elas se manifestam nas abordagens. Reforça-se que os referidos qualificadores e desqualificadores foram elaborados com base em princípios e objetivos preconizados para as boas práticas internacionais e nacionais do serviço público de radiodifusão (UNESCO, 2001; 2006; BECERRA; WAISBORD, 2015; ARROYO *et al.*, 2012; BRASIL, 2008) e suas correspondências com o material empírico observado.

Assim, tais características podem ser entendidas como os “operadores simbólicos” (SOUZA, 2017, p. 244) do serviço público de radiodifusão, isto é, distinções naturalizadas como “ideologia espontânea” (p. 225) que camuflam mecanismos opacos e implícitos que hierarquizam e classificam pessoas, grupos, classes sociais, instituições, países, sociedades e ideias em superiores ou inferiores, “dignas do nosso apreço ou de nosso desprezo” (p. 244). Assim, pelo exercício do poder simbólico, legitimam as relações de dominação e desigualdade no campo. (BITTLINGMAYER, 2017).



Quadro 13 – Operadores simbólicos do serviço público de radiodifusão

(continua)

Categorização operacional	
Características qualificadoras	Características desqualificadoras
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal</li> <li>o Radiodifusão como serviço público</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Estatização, monopólio do Estado, intervenção do Estado ou de governos no mercado ou na livre concorrência</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Acesso e direito à informação, à comunicação, à livre expressão e à criação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial</li> <li>o Ameaça à liberdade de imprensa ou de expressão</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Pluralidade e diversidade temática, de fontes de produção, programação, formatos ou distribuição nos conteúdos</li> <li>o Caráter público, educativo, artístico, cultural, científico e informativo da mídia pública</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o O não exercício de seu papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo da mídia pública</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o O não exercício do estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente</li> <li>o Pouca ou nenhuma pluralidade e diversidade temática, de fontes de produção, programação, formatos ou distribuição dos conteúdos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de orientação sexual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Pratica algum ato de discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de orientação sexual</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Observância de preceitos éticos no exercício das atividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Pouca ou nenhuma observância de preceitos éticos no exercício das atividades</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Autonomia e independência editorial em relação a governos</li> <li>o Caráter público dos veículos</li> <li>o Não interferência do chefe do Executivo ou do partido que ele representa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Pouca ou nenhuma autonomia e independência editorial</li> <li>o Caráter oficialista ou governamental</li> <li>o Relação direta com o chefe do Executivo ou o partido que ele representa</li> <li>o Expressão “chapa-branca”</li> <li>o Expressão “TV Lula”</li> <li>o Instrumentalização política, partidária ou ideológica dos veículos públicos de comunicação</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Atualização e modernização tecnológica</li> <li>o Universalização de serviços</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Infraestrutura obsoleta ou inadequada</li> <li>o Baixa cobertura ou baixo alcance/sinal dos veículos públicos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Profissionalização e qualidade do corpo técnico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos</li> <li>o Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Pouca excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos</li> <li>o Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade etc.</li> </ul>

(continua)

**Quadro 13** – Operadores simbólicos do serviço público de radiodifusão

(conclusão)

<b>Características qualificadoras</b>	<b>Características desqualificadoras</b>
o Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	o Pouco ou nenhum mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes
o Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	o Pouco ou não contribui para a formação crítica, educacional e cultural do cidadão
o Crescimento da audiência dos veículos públicos	o Audiência traço ou irrelevante
o Mídia pública não deve se pautar pela audiência	
o Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	o Pouco ou não contribuiu para o incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia
o Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	o Pouco ou não contribui para a inclusão social e socialização da produção de conhecimento
o Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	o Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional tratada como aspecto negativo ou ameaça à mídia comercial
o Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	o Pouca ou nenhuma presença na internet e pouco ou nenhum desenvolvimento de conteúdos interativos
o Integração nacional, regionalidade ou abrangência em regiões e públicos negligenciados pela mídia comercial	o Pouco desenvolve integração nacional/regional
o Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	o Não alcança públicos/regiões negligenciados pela mídia comercial
o O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais	o Espaço para publicidade ou propaganda de governos, partidos ou políticos
o Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	o Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais
o É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	o Pouca ou nenhuma autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos
o Radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico	o Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público
	o Cabide de empregos ou aumento da “máquina pública”
o Outro	
o Não possui característica qualificadora	o Não possui característica desqualificadora

Marcação múltipla  
Filtro: Notícias, reportagens, entrevistas, editoriais, crônicas, críticas e artigos de opinião

### ***3.6 Reflexividade aplicada à pesquisa: os limites da abordagem bourdieusiana***

Ao optar por determinado aporte teórico-metodológico, cada estudo científico seleciona a lente que conduzirá o olhar e a perspectiva do pesquisador e da investigação científica. Significa dizer que se elege certa abordagem para tensionar alguns aspectos da realidade e, com isso, outras interpretações igualmente válidas são preteridas. Mas todo aporte apresenta vantagens e desvantagens interpretativas. Reconhecer até onde cada lente consegue ir torna-se essencial para evidenciar tanto as lacunas não contempladas pelas escolhas científicas quanto as potencialidades trazidas ao objeto pela teoria, metodologia e recortes construídos.

A redução de todo contexto social à ideia de campo é uma das principais críticas de Bernard Lahire (2017) à teoria de Bourdieu. Segundo o também pesquisador francês, a noção não pode ser aplicada a qualquer realidade, pois o alto grau de diferenciação das sociedades contemporâneas exige a apreensão de “determinações sociais mais específicas e mais finas do que as de pertencimento a grupos ou classes” (p. 41). Ao investigar o universo literário, Lahire afirma ter se distanciado do conceito porque ele reduz os “agentes a seres-membros-do-campo” e obscurece “sua vida fora do campo” (2017, p. 49). A posição é sustentada com base no argumento de que a maioria dos escritores não encontram na literatura sua atividade principal, exercendo-a como segundo ofício e constituindo uma “vida dupla” não contemplada pelos limites do campo.

O autor pondera que as atitudes de determinados agentes, como no exemplo dos escritores, também são assumidas perante as relações que eles estabelecem em outros espaços sociais e não apenas à lógica da imersão em um jogo específico. Em sua análise, a situação dos participantes irá variar substancialmente a depender das relações econômicas construídas fora desse universo, baseadas nas associações entre membros, públicos, mercado e Estado. A ressalva ancora-se no fato de Pierre Bourdieu ter estudado os universos artístico e literário pela ótica dos campos científico ou acadêmico, ou seja, “universos sociais institucionalizados, codificados e profissionalizados (no sentido econômico do termo) que condicionam, em grande parte, a vida econômica de seus membros” (LAHIRE, 2017, p. 53). Quer dizer, a investigação de espaços de produção cultural sob um *modelo institucionalizado*, como proposto por Bourdieu, valoriza as estruturas face aos agentes e condições sociais concretas.

A limitação descrita por Lahire, endossada por outros críticos à teoria bourdieusiana, reitera o argumento de que apesar de defender uma análise relacional entre estruturas e agentes os postulados do catedrático francês pouco consideram as “variações intraindividuais dos comportamentos” (LAHIRE, 2017, p. 54), “a vida dos agentes fora do campo de lutas” (p. 43)

e as movimentações de posição que ocorrem dentro de determinado universo. Embora analisar a experiência primeira dos sujeitos nunca tenha entrado nos propósitos de Bourdieu, crítico às perspectivas fenomenológicas e interacionistas, não se pode desconsiderar que as características mais subjetivas ou incorporadas fora desse espaço de lutas também influenciam as dinâmicas sociais e são ainda mais determinantes quanto menos estruturados e autonomizados são os universos. De fato, o olhar bourdieusiano apresenta limites perante as diferenças e as interferências “externas” e “individualizadas” no campo e essa pesquisa reconhece tal viés estruturalista e os problemas que podem advir da perspectiva, sobretudo sua tendência à homogeneização dos espaços sociais e suas regularidades e à generalização de papéis desempenhados pelos grupos ou classes de agentes que os integram.

Todavia, o próprio Lahire destaca que na literatura a noção de campo é mais “proveitosa no estudo da posição e do valor diferenciado das obras e das editoras do que no estudo de seus produtores e de suas condições de produção” (2017, p. 54), ou seja, é mais pertinente para o estudo das instituições e seus produtos do que para a investigação centrada na trajetória dos agentes individualizados e suas relações com o campo produtivo. Interpretando a afirmação, pode-se dizer que o pesquisador reconhece a originalidade de Bourdieu quando pretende-se designar as “configurações nas quais estariam em jogo diferentes *relações de força entre agentes e propriedades objetivas como interesses, estratégias diferenciadas* etc.”. (p. 48, grifo nosso), o caso desta tese, cujo objetivo é lançar um olhar mais universal e histórico sobre as disputas, crenças e relações de poder implícitas no campo da radiodifusão.

Defende-se, portanto, a relevância de Bourdieu para este estudo exatamente pela centralidade na percepção dos espaços sociais como esse lugar de concorrência e de lutas por bens materiais e simbólicos. Não se pretende observar as motivações ou atuações dos agentes em âmbito individualizado, mas mapear as disputas e práticas institucionalizadas pelas relações que permeiam o campo do serviço público de radiodifusão, como elas são retratadas pela grande imprensa comercial e seus impactos na construção da legitimidade das agências que possuem maior destaque no universo em questão.

A teoria dos campos se esforça em esclarecer os grandes conflitos em que são jogados os jogos de poder, mas pouco se esclarece sobre a compreensão daqueles que “montam a cena”, fabricam os elementos, varrem os palcos, xerocam os documentos ou digitam as cartas etc. No final das contas, a maioria dos atores numa sociedade, que é excluída de uma análise a partir do campo, privilegia “os grandes competidores”, seja qual for o tipo de domínio em que se desenrola a competição. (LAHIRE, 2017, p. 54).

Reproduzindo as expressões de Lahire, empenha-se por “buscar os grandes conflitos”, “os jogos de poder” e “os grandes competidores” da radiodifusão pública para, sob o recorte

específico da ótica da imprensa comercial, traçar uma gênese para esse campo, observando as relações de força entre estruturas-agentes e como essas disputas conformam as configurações de legitimidade desse campo. Parte-se do pressuposto de que os conteúdos dos principais jornais do país não apenas revelam como simbolizam o pensamento dominante sobre o tema, aquele que tende a ser engendrado e incorporado socialmente como natural, válido e reconhecido.

O ponto de partida se alinha à perspectiva de que o Estado<sup>51</sup> não é o único agente com capacidade para produzir ou impor as “categorias de pensamento que aplicamos a todas as coisas do mundo social” (SWARTZ, 2017, p. 90), isto é, de inculcar as classificações sociais. Embora o Estado seja importante operador do poder simbólico, entende-se que há limites para sua atuação e existem instituições, como a mídia, que disputam espaço nessa luta pela imposição das representações sociais. A ressalva é relevante porque a trajetória intelectual de Bourdieu traz duas concepções distintas sobre as relações entre o Estado e o exercício da violência simbólica (SWARTZ, 2017). Na primeira, atribui ao Estado o extensivo poder de moldar as representações, definições e categorias sociais, estruturadas sobretudo via sistema educacional.

[...] o Estado impõe classificações cognitivas do mundo social que encorajam a aceitação irrefletida da ordem social. Seguindo a lógica de “cima para baixo”, o Estado cria uma doxa política, uma compreensão prática espontânea da ordem social, aceitando-as como ordem natural das coisas. Ele cria a violência simbólica. (SWARTZ, 2017, p. 94).

Enquanto a segunda perspectiva bourdieusiana sobre o monopólio estatal da violência simbólica aponta que esse exercício é incompleto e pode ser contestado, sendo essa a vertente adotada pela presente pesquisa. Swartz (2017) avalia que Bourdieu não se dedica a explicar de fato quais são as limitações a esse poder do Estado. Não se encontra nas pesquisas do sociólogo “um movimento ‘de baixo para cima’, mostrando como as lutas por classificações em grupos locais ou organizações podem gerar categorias adotadas como categorias estatais” (p. 95). O autor francês também não observa a administração estatal em seus diversos níveis. “Os níveis

---

<sup>51</sup> De acordo com Swartz (2017), Bourdieu amplia a concepção weberiana de Estado ao compreendê-lo como a instituição que detém o monopólio legítimo do uso da violência física e *simbólica* sobre a população de um território definido. Figurativamente, funciona como uma arena de lutas na qual determinadas categorias de agentes, governamentais ou não, entram em disputa pela autoridade de “poder mandar” via instrumentos administrativos, normativos, legislativos, reguladores ou fiscalizadores. A luta pelo capital estatal equivale à luta pelo controle do campo do poder, pois o Estado é o “metacampo que procura regular todos os outros campos” para garantir o “poder sobre outros tipos de capital e sobre os seus portadores” (p. 87), ou seja, ele é o “árbitro” das “lutas classificatórias”, o “banco central do crédito simbólico” (p. 92). Logo, a produção dos sistemas de classificações, pensamentos e representações – definição similar ao que as teorias marxistas denominam de ideologia – é central nesse jogo, uma vez que são esses operadores simbólicos os responsáveis por inculcar práticas e disposições reconhecidas como legítimas.

intermediários e baixos do Estado parecem simplesmente reproduzir a violência simbólica criada pelas elites estatais”. (p. 95).

Ao alçar a mídia como agência operadora do poder e da violência simbólica, essa pesquisa supre parte dessa lacuna dos escritos de Bourdieu que coloca o Estado como “fonte primária de poder simbólico” e rejeita outras áreas que realizam essa mesma função nas sociedades modernas, como a religião (SWARTZ, 2017, p, 96). No entanto, além de reconhecer que o exercício do poder simbólico ocorre de maneira menos concentrada é preciso relativizar a ênfase excessiva que Bourdieu confere ao alcance da violência gerada pela dominação simbólica. Na visão de Swartz, há uma sobrevalorização da ideia de que “as categorias oficiais são internalizadas” de forma eficiente. Esse estudo corrobora com a ideia e reitera que as relações de força do mundo social vão além de suas dimensões imateriais, sobretudo quando se considera que são as relações econômicas o motor da máquina capitalista. Logo, há forte interdependência e interligação entre os campos econômico e simbólico. Aqui, optou-se pela ênfase nas forças simbólicas.

Assume-se também que as ressalvas ao alcance da violência simbólica evitam incorrer no risco de se desconsiderar o papel dos sujeitos nos processos de significação e construção da realidade social. Como visto em vários pontos deste trabalho, a ótica bourdieusiana fundamenta-se no argumento de que os agentes não são sujeitos passivos ou mero receptores das mensagens simbólicas das instituições que detém o poder de produzir e inculcar classificações. Entretanto, o condicionamento das visões de mundo às estruturas apresenta certa limitação analítica que culmina na sensação de que os agentes ou agências apenas reproduzem o engendramento estrutural. Não cair nessa armadilha, ou ao menos buscar minimizá-la, é um dos desafios postos a utilização da teoria dos campos.

Para Lahire (2017), é necessário diferenciar claramente as intenções ideológicas, culturais, simbólicas ou políticas das instituições dos efeitos que, de fato, elas produzem. Superestimar “a capacidade dos dominantes em aculturar populações mais dominadas” é uma concepção que não dialoga com as “resistências escandalosas ou silenciosas operadas através dos atos cotidianos de apropriação” (p. 67), resistência e transformação. Configura-se ainda como um ponto de vista elitista ou “legitimista”, como prefere Lahire, uma vez que as investigações sobre as experiências de recepção não raro imputa majoritariamente aos “‘receptores’ mais cultivados [ou às elites] o domínio do ‘código’” (p. 68), isto é, a capacidade ou habilidade de dominar as regras do campo e conseqüentemente os processos de inculcação das classificações sociais. Os produtos, ideias, argumentos e interpretações são apropriados, criados ou construídos das mais diversas formas pelos indivíduos e suas atuações na vida social.

Como dito, os sujeitos, independentemente de sua posição no campo, não são meros refêns da “ideologia” que vem de cima.

O brasileiro Renato Ortiz (1983) não nega essa crítica à teoria de Bourdieu, que constrói uma tendência à “sociologia da reprodução” (p. 8). Contudo, defende que a ordem social na perspectiva bourdieusiana ultrapassa a ideia da coerção do Estado e das ideologias oficiais e também envolve outras relações profundas, como as representações sociais e as escolhas estéticas. A análise de Bourdieu, segundo Ortiz, é rica exatamente por desvendar tais mecanismos de reprodução da ordem, essa relativizada pelos conflitos entre o consenso, a ortodoxia e a heresia e a premissa de que a reprodução pode sim ser alterada no decorrer da História. A noção de que as “relações entre campo e sociedade global não se reduzem, necessariamente, à reprodução das condições objetivas” (p. 28) é a saída para desestruturar o *habitus*, impulsionar as mudanças históricas e romper com as superestruturas do campo.

A heresia pode, entretanto, associar-se ao movimento da História e soldar-se organicamente às classes subalternas; nesse momento, ela não é simplesmente sacrílega ou ritualística, abre-se a possibilidade de se fundar um novo bloco histórico como ocorreu com a Reforma Protestante e a Revolução Francesa. A reprodução cede lugar à transformação. (ORTIZ, 1983, p. 29).

Por isso, Bourdieu precisa ser considerado “fora de uma perspectiva imobilista do processo de reprodução” (ORTIZ, p. 29) porque ele foi profundo, versátil e original ao buscar “desvendar os mecanismos profundos de poder”, embora sua perspectiva “se caracterize por um certo pessimismo político e social que, muitas vezes, nos induz a aceitar o axioma de que o poder em geral seria necessariamente ‘maléfico’”. (p. 29). Ortiz lembra ainda os postulados de Gramsci e seus ensinamentos de que a hegemonia sempre se apresenta como “momento de reprodução e de transformação; de nada nos adiantaria tomar uma posição moral contra o poder quando, na realidade, o problema consiste em saber quem o utiliza, e para que fins”. (p. 29).

Sob um olhar mais rígido, o recorte desse estudo não promove forte ruptura com a perspectiva “reprodutivista” e de “cima para baixo” de que as frações sociais dominantes inculcam e impõem classificações e visões de mundo sobre as classes dominadas. Todavia, acredita-se que a pesquisa e a formulação do pensamento reflexivo são instrumentos de ação política (BOURDIEU, 1989) para a transformação social. Mais especificamente, jogar luz às relações de dominação e poder no campo da radiodifusão é uma contribuição para se construir novos caminhos. É uma alternativa aos sujeitos – cidadãos, movimentos sociais organizados, governantes e acadêmicos – que desejam ressignificar interpretações e apropriar-se dos temas que envolvem a radiodifusão pública em suas dimensões mais legítimas e relevantes: o direito à informação, à comunicação e à liberdade de expressão; a democratização do ecossistema

mediático; o fortalecimento da democracia brasileira e de suas instituições; o incentivo ao pensamento crítico e autônomo; e a promoção social da cidadania, da diversidade, da pluralidade, da educação, da ciência e dos direitos humanos.



**PARTE II –ANÁLISE DOS DADOS EMPÍRICOS**

#### Capítulo 4 – A radiodifusão pública em pauta na mídia comercial: um retrato descritivo

Para investigar como o serviço de radiodifusão pública é historicamente retratado pela grande imprensa comercial brasileira, esta pesquisa coletou conteúdos informativos e opinativos veiculados, entre os anos de 1975 e 2019, pelos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Nessas publicações, buscou-se identificar quais são os argumentos mais visibilizados sobre o tema, quais grupos são autorizados a falar em nome do campo da radiodifusão e quais crenças sobre a mídia públicas essas abordagens revelam.

Nessa seção, apresenta-se a primeira parte desta análise, de âmbito mais descritivo, na qual destaca-se 1) o mapeamento sobre o perfil jornalístico dos conteúdos observados quanto ao gênero, formato, periodização e factualidade; 2) as abordagens temáticas e subtemáticas mais frequentes; e 3) quais são os agentes e instituições mobilizadores deste campo, isto é, os grupos alçados à condição de protagonistas deste universo. A dimensão mais qualitativa e interpretativa do estudo será abordada no capítulo seguinte, no qual enfatiza-se a presença, ou mesmo ausência, das características qualificadoras e desqualificadoras da radiodifusão pública, denominados por esta pesquisa como operadores simbólicos do campo, e como a utilização desses argumentos impactam o reconhecimento, o prestígio e a legitimidade do serviço público de rádio e televisão no Brasil.

O *corpus*<sup>1</sup> total da pesquisa é composto por 2.327 conteúdos informativos (notas, notícias, reportagens, entrevistas) e opinativos (editoriais, artigos, críticas ou crônicas, colunas, comentários, carta ao leitor) sobre a radiodifusão pública, publicados pelos três principais jornais impressos de abrangência nacional, classificados pela literatura especializada como veículos de referência, ao longo de 45 anos, da criação da Radiobrás até 2019<sup>2</sup>. A própria quantidade de publicações coletadas no período revela-se um dado interessante: somando os três jornais, são quase 53 inserções direta e estritamente relacionada à radiodifusão pública por ano, com média de 4,4 aparições a cada mês ou, ainda, uma por semana. Quer dizer que a pauta não pode ser considerada, ao menos numericamente, como uma agenda invisibilizada pela imprensa comercial, contrariando as suspeitas do início da pesquisa. Obviamente, existem picos temporais em que a questão é mais ou menos frequentemente abordada, sendo que identificar quais fatos, argumentos e nuances impulsionam uma cobertura mais sistemática também integra o escopo desta investigação.

---

<sup>1</sup> Os critérios e justificativas para a seleção do *corpus* e a abordagem metodológica adotada pela pesquisa estão descritos detalhadamente no *Capítulo 3* desta tese.

<sup>2</sup> Cf.: Zamin (2014); Capelato (1991); Mota; Capelato (1981); Azevedo (2017).

Além dos dados consolidados gerais, as análises também foram agrupadas em relação aos períodos de governo do Poder Executivo Federal, uma vez que essas configurações estruturais, incluindo as políticas públicas debatidas e implementadas por cada gestão, exercem influência significativa sobre o campo da radiodifusão. Assim, torna-se possível traçar correspondências entre as abordagens e os ciclos históricos do país, investigando se (e como) o olhar da mídia comercial perante o tema varia de acordo com a conjuntura política brasileira. Para a sistematização dos dados, agrupou-se os governos de Ernesto Geisel e João Baptista Figueiredo sob o rótulo “ditadura militar”, e os demais seguiram o recorte temporal do mandato de cada presidente, conforme detalhado no quadro 14, a seguir.

**Quadro 14** – Periodização por governos (1975 a 2019)<sup>3</sup>

Presidente	Partido	Início do mandato	Fim do mandato	Duração
Ernesto Geisel	ARENA	15/03/1974	15/03/1979	5 anos
João Baptista Figueiredo	ARENA PDS	15/03/1979	15/03/1985	6 anos
José Sarney	PMDB	15/03/1985	15/03/1990	5 anos
Fernando Collor de Mello	PRN	15/03/1990	29/12/1992	2 anos e 9 meses
Itamar Franco	PMDB	29/12/1992	1º/01/1995	2 anos
Fernando Henrique Cardoso	PSDB	1º/01/1995	1º/01/2003	8 anos
Luiz Inácio Lula da Silva	PT	1º/01/2003	1º/01/2011	8 anos
Dilma Rousseff	PT	1º/01/2011	12/05/2016	5 anos e 4 meses
Michel Temer	PMDB	12/05/2016	1º/01/2019	2 anos e 7 meses
Jair Bolsonaro	PSL Sem partido	1º/01/2019	Atual	Atual

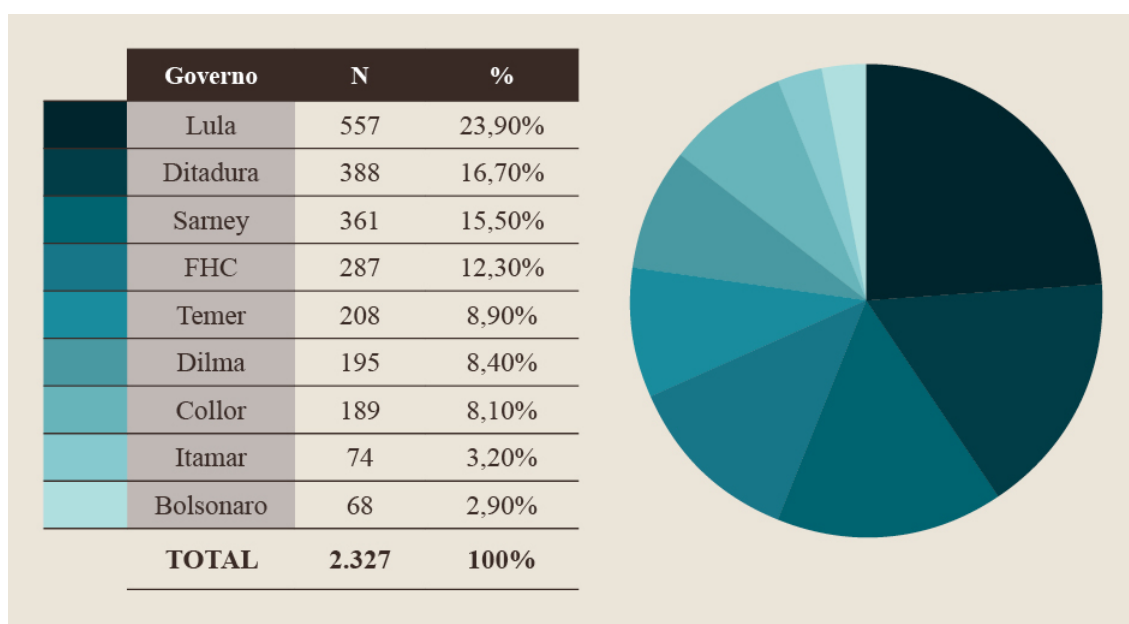
<sup>3</sup> O recorte temporal do corpus desta pesquisa inicia-se em 1975, com a criação da Radiobrás. Sobre a periodização dos governos, ressalta-se que o mandato de Dilma Rousseff foi cassado em definitivo no dia 31 de agosto de 2016, quando a presidenta deixou o cargo oficialmente. Entretanto, com a admissibilidade do processo de *impeachment* pelo Senado Federal, em 12 de maio de 2016, o então vice-presidente Michel Temer assumiu o governo de forma interina. Essa pesquisa atribui esse intervalo de 3 meses à gestão do peemedebista, pois houve decisões políticas e administrativas adotadas pelo mandatário no período relacionadas ao serviço público de radiodifusão, especificamente, em relação à Empresa Brasil de Comunicação.

#### 4.1 Dados gerais: perfil da cobertura jornalística

##### 4.1.1 Quantitativo geral de inserções

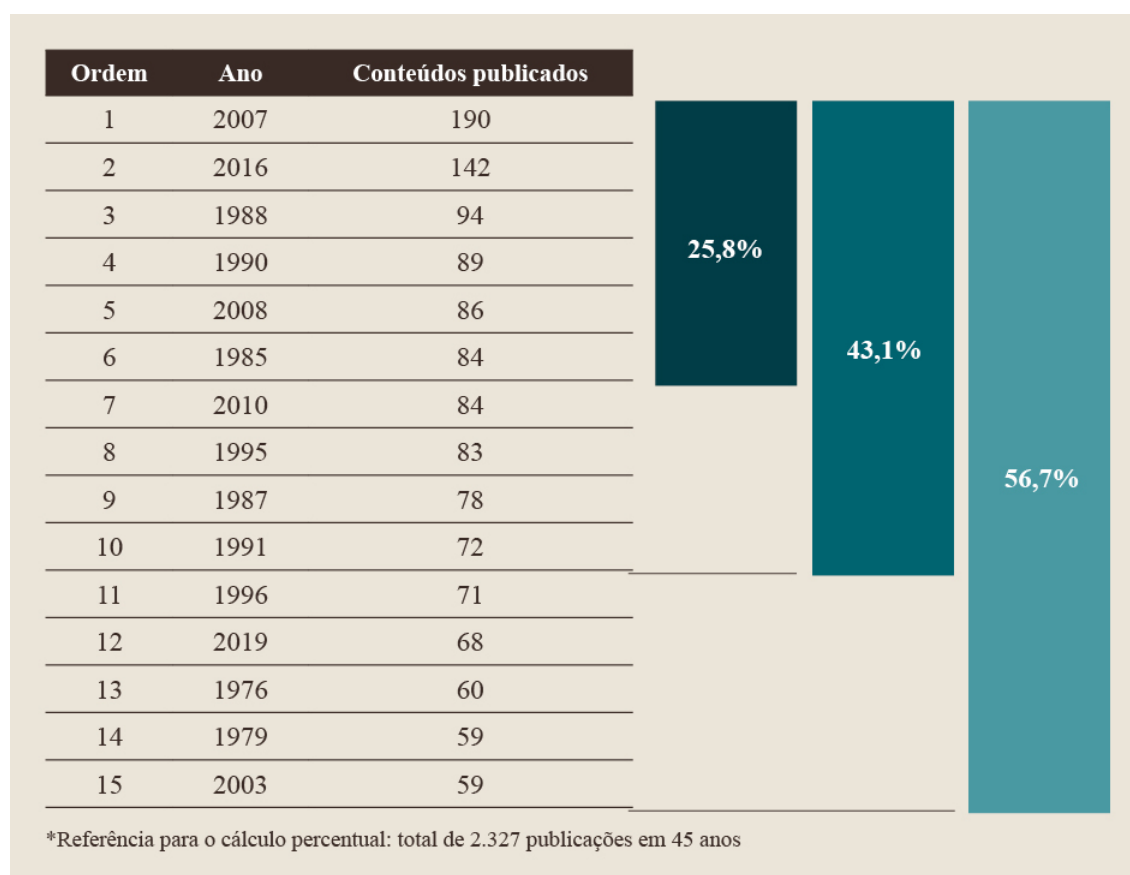
Na relação entre a quantidade de publicações e os períodos de governo, nota-se que em números absolutos as duas gestões de Luiz Inácio Lula da Silva concentram a maior quantidade das 2.327 inserções sobre o tema da radiodifusão pública na mídia comercial, somando em oito anos quase um quarto do *corpus*, com 557 textos (Figura 1). Os governos mais próximos desse quantitativo têm cerca de 200 aparições a menos, tendo o período da ditadura de Geisel e Figueiredo (1975-1985) registrado 388 textos e o governo Sarney, com cinco anos de duração, 361.

**Figura 1** – Quantitativo geral: publicações por períodos de governo



Algumas teorias do jornalismo e da Comunicação embasam análises mais aprofundadas sobre como a agenda política e econômica entrelaçam a cobertura midiática, e vice-versa, porém esse nível de interpretação foge ao escopo deste trabalho. O foco aqui é mapear como os argumentos usados por essas coberturas têm impacto perante a construção simbólica do reconhecimento, prestígio e legitimidade do serviço de radiodifusão pública. Ainda assim, é válido o registro de que os períodos que a radiodifusão pública recebe maior atenção da mídia comercial (Figura 2 e Gráfico 1) se interseccionam aos contextos, em geral político, normativo ou institucional, que ameaçam alterar ou mudam, de fato, as regras ou a ordem do jogo vigente para o campo da radiodifusão – e, conseqüentemente, implicam em provável enfraquecimento ou fortalecimento das emissoras públicas de rádio e televisão<sup>4</sup>.

**Figura 2** – Picos de publicações sobre a radiodifusão pública



<sup>4</sup> As nuances e disputas argumentativas dessas abordagens serão detalhadas no *Capítulo 5*, em conjunto com a observação dos operadores simbólicos que nortearam tais publicações.

Dos quinze picos de cobertura (Gráfico 1), três situam-se no cenário de reabertura democrática (1985) e formação Constituinte (1987 e 1988<sup>5</sup>) e seis (1979, 1990<sup>6</sup>; 1995<sup>7</sup>; 2003, 2007<sup>8</sup>; 2016<sup>9</sup>; 2019<sup>10</sup>) referem-se ao primeiro ano do mandato do então presidente eleito, períodos quando os governantes apresentam suas agendas de políticas públicas e que vêm acompanhados de expectativas por mudanças políticas, institucionais e/ou normativas para o setor de radiodifusão.

Em dois anos as questões internas da Radiobrás obtiveram considerável destaque na agenda: 1976, ano de sua instalação, e em 1991. Em 1996, interferiu a efervescência das articulações políticas para a aprovação da PEC 1/1995<sup>11</sup>, que tratou da reeleição para a presidência da República, e seus eventuais impactos na comunicação estatal e/ou de governo.

O debate sobre a implementação da EBC seguiu em evidência em 2008 e 2010, com perceptível ênfase nas subtemáticas do aparelhamento e da instrumentalização política, seja nas dinâmicas institucionais da nova empresa ou nas articulações propriamente políticas do Congresso e do Executivo. Ainda que essas abordagens existam nos outros anos, há a percepção, pelos títulos, que a frequência das associações com a figura do chefe do Executivo e/ou seu partido antes era traçada com menor frequência ou maior sutileza do que na gestão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Cabe reiterar que os dois momentos de maior cobertura midiática sobre o assunto se deram nos dois anos que ocorreram mudanças normativas significativas para o segmento da radiodifusão pública, com a medida provisória que criou a EBC em 2007, instituição que alterou os parâmetros do serviço de radiodifusão pública no país, e em 2016, ano que a gestão do então presidente Michel Temer mudou a lei de criação da Empresa Brasil de Comunicação, cujas transformações abalaram ainda mais o caráter e a missão públicas que a instituição tentava consolidar nos anos anteriores. (CARVALHO; OLIVEIRA, 2020).

Atenta-se, portanto, para o fato de que a empresa pública criada durante o governo Lula se tornou historicamente o alvo preferido da cobertura dos jornais comerciais quando eles

---

<sup>5</sup> Incorporação da Empresa Brasileira de Notícias (EBN) pela Radiobrás. Decreto Nº 96.212, de 22 de junho de 1988.

<sup>6</sup> Criação da Fundação Roquette Pinto (FRP) e extinção da Funtevê. Lei Nº 8.029 de 12 de abril de 1990.

<sup>7</sup> Entra em vigor a chamada Lei do Cabo, que regulamentou a prestação desse serviço no Brasil. Lei Nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995.

<sup>8</sup> Criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). MPv nº 398, de 2007, convertida na Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008.

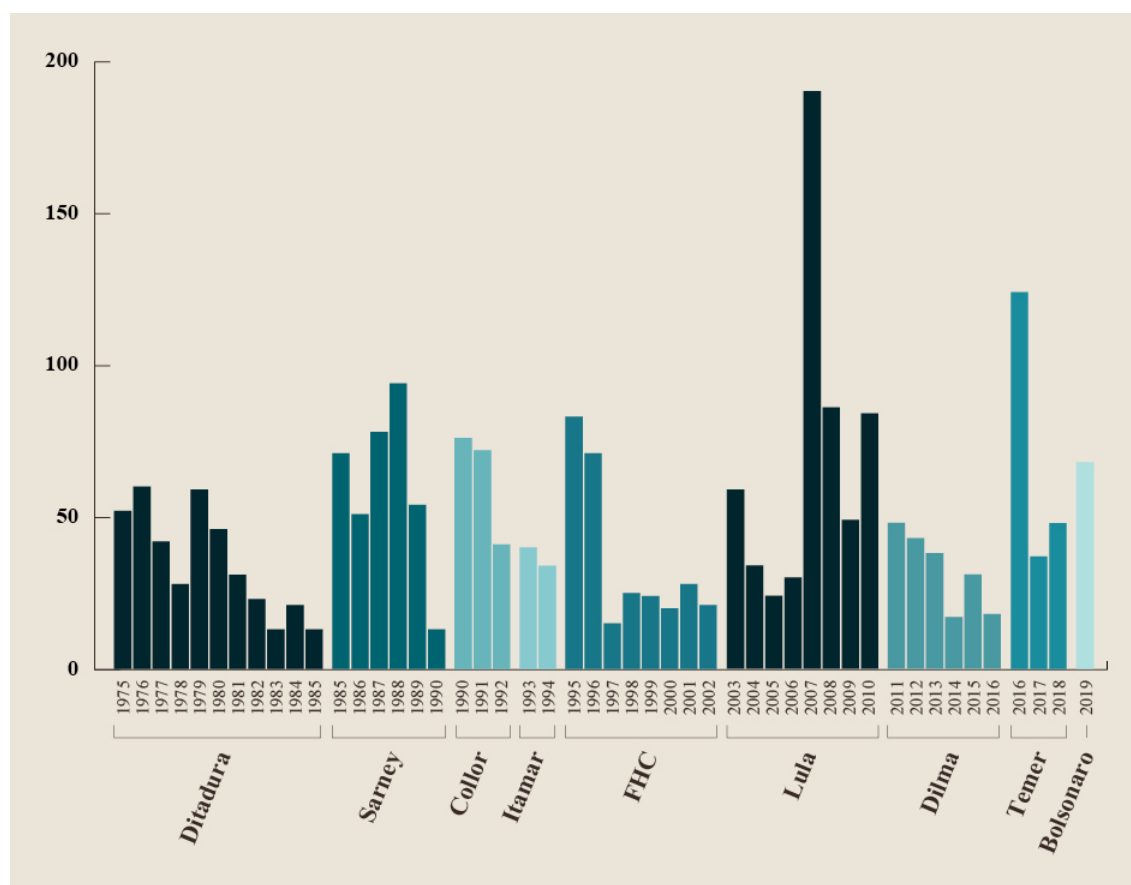
<sup>9</sup> Ano que Michel Temer assume a presidência, após o *impeachment* de Dilma Rousseff.

<sup>10</sup> Nesse ano, houve predomínio de abordagens relacionadas às promessas da gestão de Jair Bolsonaro de extinguir ou privatizar a EBC.

<sup>11</sup> Transformada na Emenda Constitucional 16/1997, em junho do mesmo ano. Para conferir tramitação: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=24953>. Acesso: 24 de set. de 2021.

tratam sobre as emissoras públicas de rádio e televisão. A título de comparação, o terceiro ano com mais notícias e opiniões – 1988, ano da promulgação da Constituição Federal, que reservou capítulo específico para a Comunicação Social – corresponde à metade (49%) do total observado em 2007 e a dois terços do quantitativo de 2016.

**Gráfico 1** – Picos de publicações por ano e por governos



Sob outro recorte, o da quantidade de conteúdos publicados em média por cada dia de governo, constata-se que as temáticas sobre a radiodifusão pública foi pauta mais frequente durante os governos Temer e Sarney (Tabela 1). Quer dizer que, ao considerar o número de dias que cada presidente esteve no poder, o intervalo temporal médio para cada publicação foi menor nesses dois mandatos. No caso do sucessor de Dilma Rousseff, a média corresponde a um conteúdo para cada 4,6 dias de mandato, enquanto o intervalo na gestão Sarney é de 5,1 dias, este próximo da marca dos governos Lula (5,2 dias), Bolsonaro e Collor (ambos com 5,4 dias). Nos outros períodos, infere-se que os assuntos que permeiam o serviço público de radiodifusão perdem relevância, uma vez que a média de dias por publicação quase dobra, tendo a ditadura com o referencial de 9,6 dias e Itamar, Dilma e Fernando Henrique Cardoso beirando os 10 dias.

**Tabela 1** – Distribuição das publicações: média de dias por governo

Governo	Dias de governo	Média de dias para cada publicação
Temer	963	4,6
Sarney	1.826	5,1
Lula	2.922	5,2
Bolsonaro	365	5,4
Collor	1.020	5,4
Ditadura	3.726	9,6
Itamar	733	9,9
Dilma	1.959	10,0
FHC	2.922	10,2

Na ditadura militar, a pouca relevância da cobertura pelos temas associados a radiodifusão pode ser interpretada tanto pelo alinhamento editorial dos jornais privados aos interesses do governo quanto pelos prováveis casos de censura. A hipótese de cunho mais estrutural, detectada pela leitura flutuante do *corpus* geral, revela tendência por retratar a experiência da radiodifusão de cunho estatal, modelo existente em nível federal no período, pela demarcação da não concorrência com os veículos comerciais.

Não é possível inferir se essa ideia era um consenso pactuado por esses veículos ou se era consequência do tom oficialista adotado pela imprensa comercial à época, pois existe significativa associação entre a relevância da Radiobrás, por exemplo, a integração nacional e a exaltação da cultura brasileira, valores defendidos pela ditadura.

No caso dos governos Itamar e FHC, excetuando os picos (Gráfico 1), acredita-se que o arrefecimento da quantidade e o espaçamento da frequência de abordagens sobre a temática relaciona-se com a ausência de mobilizações estruturais e efetivas, sobretudo no campo das políticas públicas, entorno da radiodifusão pública.

No mais, as plataformas políticas desses governos liberais e sua defesa do mercado, da livre concorrência e da não interferência estatal na economia – os jornais analisados e as empresas de radiodifusão comercial são um segmento desse mercado – parecem diluir mais as tensões entre esses dois polos, da mídia educativa-estatal e da mídia comercial, tendo em vista que há um compromisso político com o setor de que os interesses desses grupos privados não serão significativamente ameaçados.

Em relação aos governos de Dilma Rousseff, pontua-se que a tematização da pauta sobre a radiodifusão pública foi abreviada, em um primeiro momento, pela consolidação da EBC, ao menos na visão dos jornais analisados, enquanto um segmento midiático que não mostrou a que



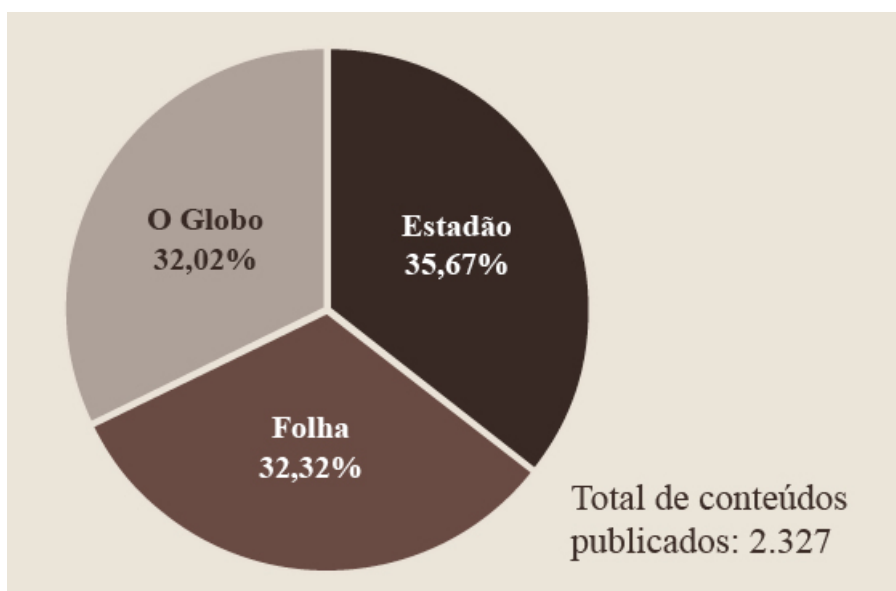
veio e que, por isso, não conseguiu alcançar relevância junto à sociedade e indiretamente uma ameaça efetiva aos interesses do polo comercial.

Também é possível perceber certa redução do temor dos impactos da instrumentalização política da Empresa Brasil de Comunicação pelo Partido dos Trabalhadores, sensação nitidamente mais enfatizada durante a gestão do presidente Lula. Já no segundo mandato da petista, os impactos da crise política, econômica, social e institucional que assolou o Brasil na esteira do processo de *impeachment* contribuiu para a perda de importância da agenda da radiodifusão pública.

#### 4.1.2 Inserções por veículo

Na divisão por cada jornal, verifica-se que a quantidade de matérias publicadas (Gráfico 2) não sofre desvios de variações significativas de um veículo para outro, com leve preponderância para a cobertura do *Estadão*, que reuniu 35,7% de todo o material, totalizando 830 publicações. A *Folha de S.Paulo* veiculou 752 conteúdos (32,3%) e *O Globo*, 745 (32%).

**Gráfico 2** – Quantidade geral de publicações por veículos



O dado revela-se interessante pois sugestiona um certo consenso, tácito ou explícito, entre os principais representantes da chamada grande imprensa comercial não apenas em relação à frequência de publicação, mas também sobre os temas relacionados à radiodifusão pública que merecem nota em suas páginas. Como se o segmento comercial retroalimentasse, entre si, as pautas de interesses comuns.

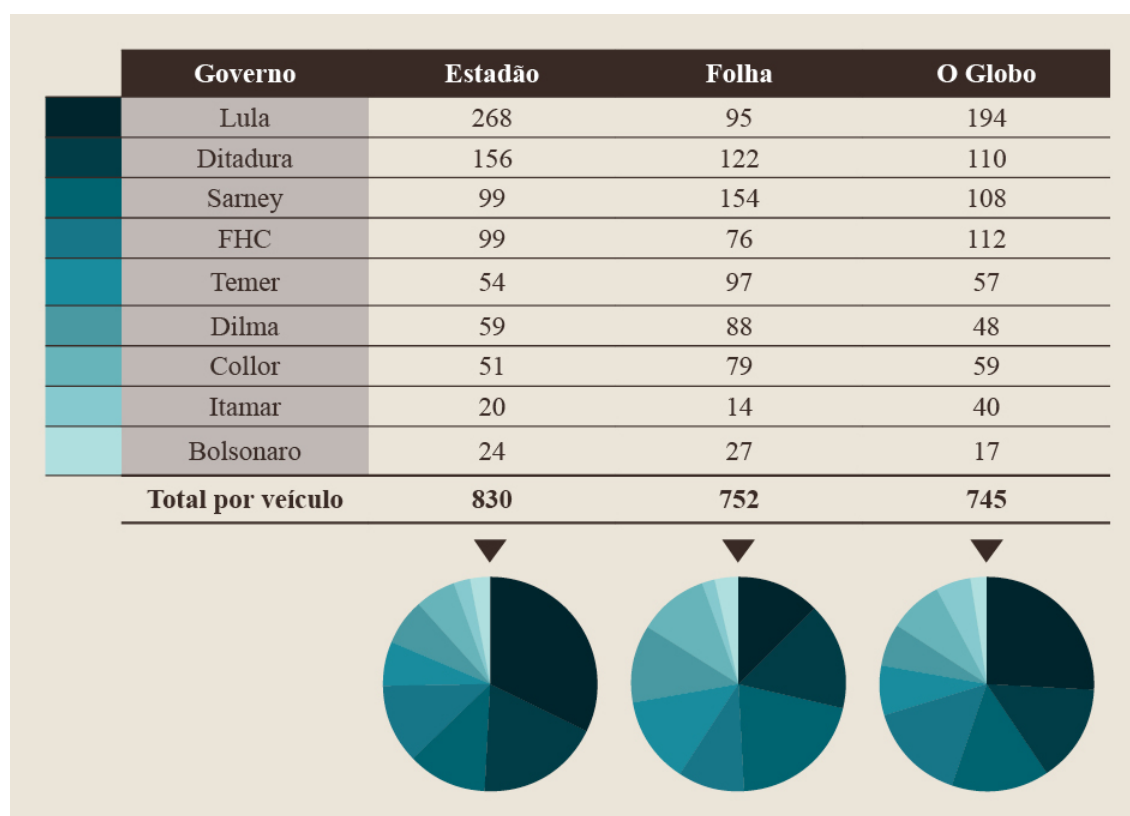
Algumas nuances de cobertura começam a ser percebidas quando se aplica o filtro por governos (Figura 3). Pelo dado geral retratado acima (Figura 1), os anos de Lula prevalecem como o período dominante das pautas observadas, com 23,9% das inserções totais. São mais de sete pontos percentuais à frente do segundo recorte dominante, a ditadura militar (16,7%), e a oito pontos percentuais do terceiro, Sarney (15,5%).

Enquanto no recorte por veículo, um terço (32,3%) das publicações d'*O Estadão* concentram-se no governo petista, destoando da média de inserções deste jornal para os demais casos de maior ênfase midiática, a ditadura (18,8%) e Sarney e FHC (ambos com 11,9%). A gestão lulista também domina os conteúdos d'*O Globo*, mas em menor proporção (26%), seguido de FHC (15%) e ditadura (14,8%).

Na *Folha*, o governo que mais pautou a cobertura foi o de Sarney (20,5%), contudo, a distância percentual entre todos os chefes do Executivo Federal mostrou-se um pouco menos exacerbada, tendo a ditadura alcançado o índice de 16,2% e Lula, 12,6%. Os governos Collor, Itamar e Bolsonaro são os que apresentam menor quantitativo de inserções no total geral e também para os jornais *Estadão* e *Folha*, enquanto n'*O Globo* a administração de Collor conta com mais publicações que a de Dilma Rousseff.

Cabe ressaltar que os governos que figuram nas últimas posições são aqueles com menor duração ou menos dias incluídos na análise. A exceção é a gestão Temer, a quarta mais curta em mandato dentre os nove períodos analisados, mas que figura na quarta ou quinta colocação com maior quantidade de conteúdos, a depender do jornal.

Como mencionado acima, esse dado não se constitui como parâmetro isolado para explicar o lugar da radiodifusão pública segundo a ótica da mídia comercial, entretanto, é um importante marcador da presença da temática enquanto agenda pública de debate.

**Figura 3** – Quantitativo de publicações: veículos por períodos de governo

#### 4.1.3 Gêneros jornalísticos

O gênero informativo predomina as abordagens sobre a radiodifusão pública no quantitativo geral de publicações. Das 2.327 inserções coletadas, quase dois terços (64,8%) foram classificadas dentro do formato de nota, notícia, reportagem ou entrevista, totalizando 1.507 conteúdos. Editoriais, artigos, colunas, resenhas, críticas, comentários e carta dos leitores correspondem a 820 publicações (35,2%).

**Gráfico 3** – Classificação das publicações por gênero jornalístico: total geral

Nas análises segmentadas por governo, os conteúdos de cunho informativo são maioria em seis dos nove períodos, em percentuais que variam de 57% a 81% perante o total das inserções (Figura 4). As exceções são Temer, Itamar e Bolsonaro. A maior média geral (81,2%) desse perfil jornalístico se fez presente nos governos militares, tendência que pode ser explicada pelo contexto político do período de restrições à liberdade de opinião, expressão e imprensa.

A diferença entre os percentuais das publicações informativas e opinativas é acentuada no período governado por Lula, quando as primeiras prevalecem em 71,3% sob o total dos conteúdos. Para fins de comparação, na gestão Sarney, terceira com maior quantidade de peças informativas, o índice cai para 64%, próximo da média geral observada.

Um dos fatores que justificam essa ênfase informativa nos mandatos do petista deve-se ao volume de notas, notícias e reportagens sobre a criação e implementação da EBC, a grande mobilizadora da agenda sobre o tema da radiodifusão pública, como relatado. Todavia, extrapolando a análise quantitativa do dado, é possível suscitar a associação de que quanto maior o deslocamento da cobertura para o gênero noticioso mais os veículos comerciais depositam força simbólica no argumento da construção imparcial e objetiva dos fatos, uma vez que são esses os critérios evocados pelo jornalismo como características intrínsecas às publicações informativas.

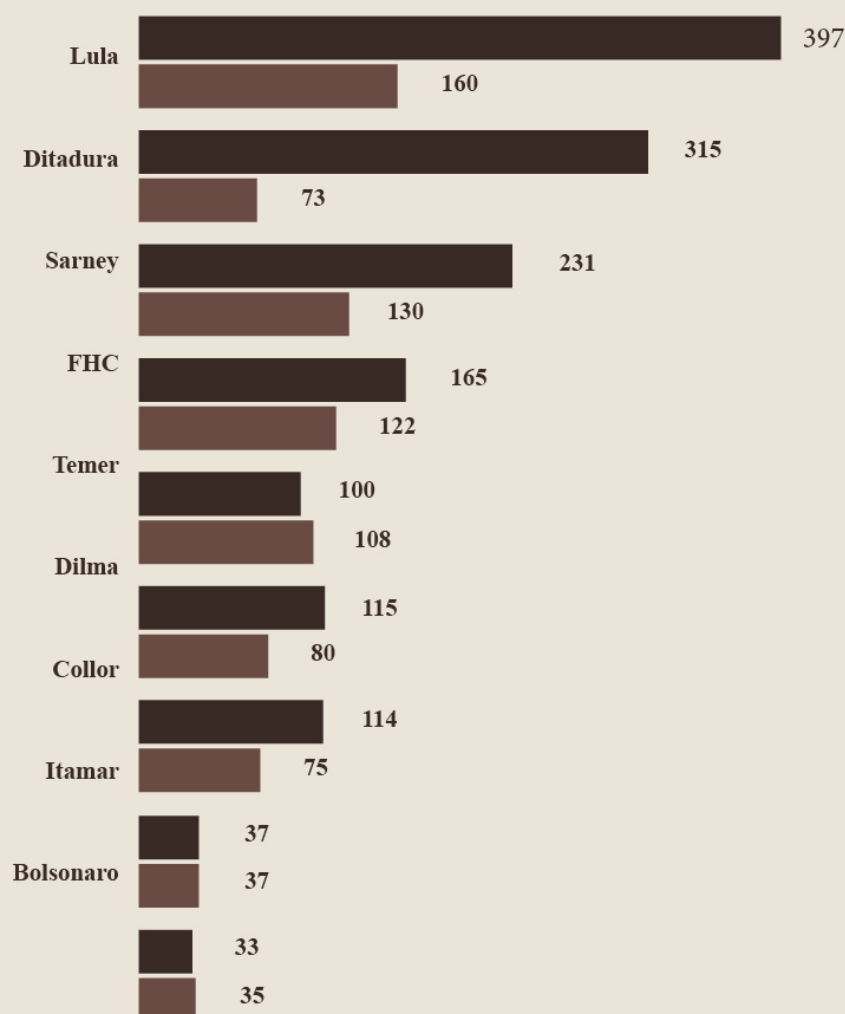
Sem adentrar no mérito se as publicações atendem ou não aos requisitos de qualidade e boas práticas jornalísticas, a ênfase na “objetividade dos fatos” e não nas diferentes visões sobre o tema, em geral trazidas com mais profundidade pelas análises opinativas, se mostra indicador importante de que esses veículos evidenciam os seus discursos autorizados de maneira flutuante, a depender dos governos.

Nas entrelinhas, lê-se que esses veículos reforçaram sua “essência” informativa, imparcial e objetiva de retrato jornalístico e fiel da realidade, nessa ordem: militares, Luiz Inácio Lula da Silva, Sarney, Collor, Dilma e FHC. Por outro lado, nas gestões de Temer, Itamar e Bolsonaro amplia-se o espaço para as interpretações acerca da radiodifusão pública, reduzindo a centralidade dos conteúdos informativos.

**Figura 4** – Proporção entre matérias informativas e opinativas por cada período de governo

Governo	Informativo		Opinativo	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Lula	397	71,3%	160	28,7%
Ditadura	315	81,2%	73	18,8%
Sarney	231	64,0%	130	36,0%
FHC	165	57,5%	122	42,5%
Temer	100	48,1%	108	51,9%
Dilma	115	59,0%	80	41,0%
Collor	114	60,3%	75	39,7%
Itamar	37	50,0%	37	50,0%
Bolsonaro	33	48,5%	35	51,5%
<b>TOTAL</b>	<b>1.507</b>	<b>64,8%*</b>	<b>820</b>	<b>35,2%*</b>

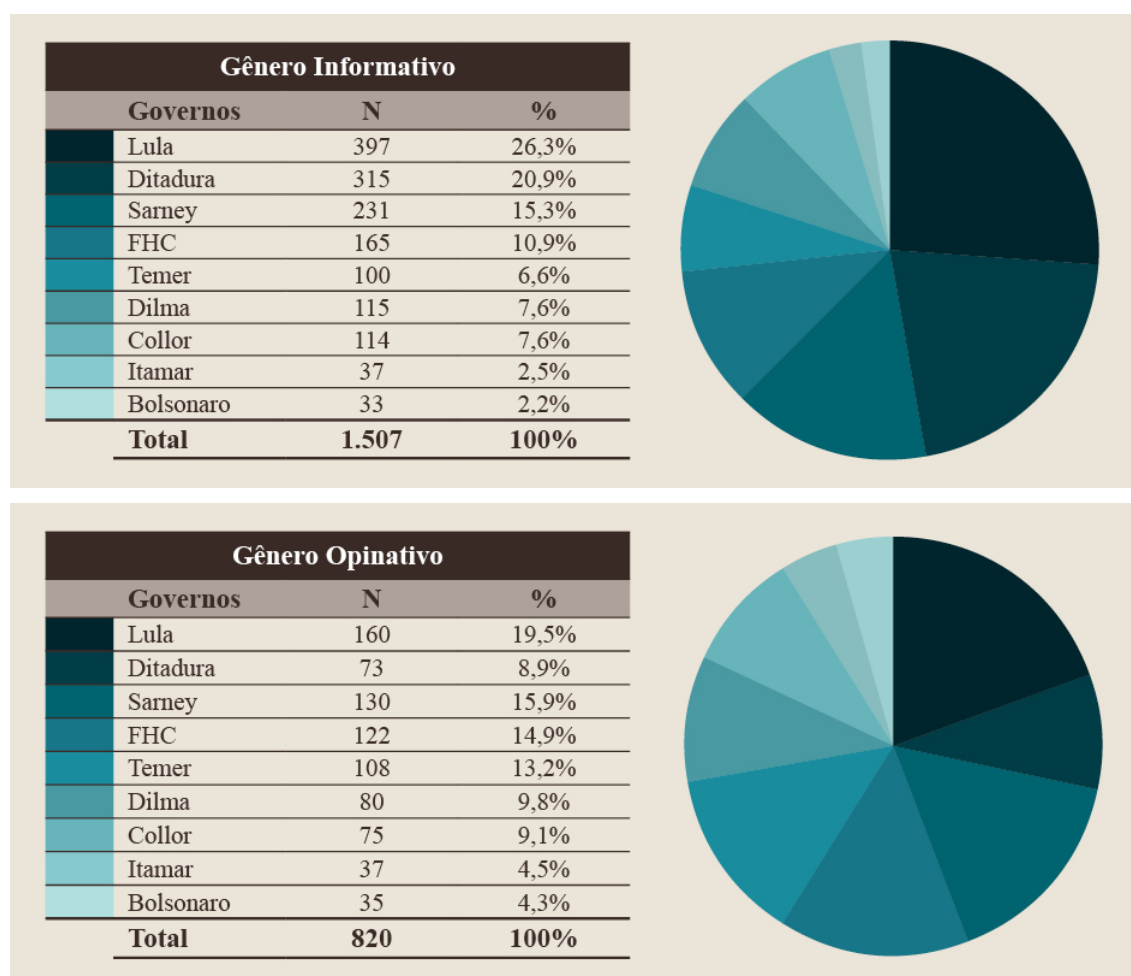
\*Média geral publicações por gênero, calculada sobre os 2.327 conteúdos



Ainda na comparação entre os períodos de governos (Figura 5), vale a ressalva de que, em números absolutos, os oito anos de Lula concentram a maior quantidade de publicações informativas (26,6%) e opinativas (19,5%) sobre a radiodifusão pública. Significa que, no primeiro caso, um quarto de todo o conteúdo noticioso remete ao governo citado, seguido pela ditadura militar (20,9%) e por Sarney (15,3%). Para as opiniões, um a cada cinco textos do gênero referem-se ao período lulista, tendo Sarney (15,9%) e FHC (14,9%) na esteira do gênero.

Sob esse recorte, é interessante ratificar a leitura anterior de que, com a exceção da ditadura e dos governos Lula, existe certa inversão de tendência na distribuição proporcional entre conteúdos informativos e opinativos. Ainda que em números absolutos a quantidade de publicações de cunho noticioso predomine na maior parte dos recortes, repara-se que os percentuais relativos referentes aos conteúdos de opinião crescem em relevância em todos os demais governos, e os números absolutos chegam a ser maiores durante a gestão Temer e tecnicamente equilibrado para os casos de Itamar e Bolsonaro.

**Figura 5** – Publicações informativas e opinativas: distribuição por governos



Na segmentação por veículo, os três jornais não destoam da proporção geral de distribuição entre conteúdos informativos e opinativos, sendo o *Estadão* o que mais dá ênfase aos conteúdos noticiosos, com 69,5% das suas inserções correspondentes à categoria. Na *Folha*, o percentual equivale a 63,7% e n' *O Globo*, 60,5%. Ainda em consonância com os dados gerais, os três meios de comunicação dão ênfase à cobertura informativa na maior parte dos governos. A exceção do *Estadão* situa-se no governo Temer, no qual apenas 37% das suas publicações foram informativas. Já na *Folha*, os períodos do peemedebista (50,5%) e de Bolsonaro (59,3%) registraram mais conteúdos opinativos, enquanto o mesmo ocorreu n' *O Globo* para a administração de Sarney (52,8%), Itamar (60%) e Bolsonaro (52,9%). (Tabela 2)

De maneira bastante discreta, a especificidade do recorte por veículo que mais divergente do dado geral reside na variação do peso informativo que cada jornal designa por períodos de governo. Com exceção dos governos militares, cuja ênfase noticiosa se mantém dominante para os três casos, nota-se que o *Estadão* e *Folha* ampliaram a proporção da sua cobertura informativa durante a gestão Sarney, enquanto n' *O Globo* esse deslocamento acentua-se nos mandatos de Lula. Porém, os dados não apresentam divergências significativas a ponto de permitir leitura diferente da apresentada anteriormente.

**Tabela 2** – Quantidade de publicações por gênero/veículo/período de governo

(continua)

Governo	GÊNERO INFORMATIVO					
	Estadão		Folha		O Globo	
	N	%	N	%	N	%
Lula	195	72,8%	61	64,2%	141	72,7%
Ditadura	132	84,6%	99	81,1%	84	76,4%
Sarney	79	79,8%	101	65,6%	51	47,2%
FHC	60	60,6%	46	60,5%	59	52,7%
Temer	20	37,0%	48	49,5%	32	56,1%
Dilma	34	57,6%	56	63,6%	25	52,1%
Collor	31	60,8%	48	60,8%	35	59,3%
Itamar	12	60,0%	9	64,3%	16	40,0%
Bolsonaro	14	58,3%	11	40,7%	8	47,1%
<b>Total por veículo</b>	<b>577</b>	<b>69,5%*</b>	<b>479</b>	<b>63,7%*</b>	<b>451</b>	<b>60,5%*</b>

\*Média de publicações informativas do jornal, calculada sobre os 1.507 conteúdos deste gênero

**Tabela 2** – Quantidade de publicações por gênero/veículo/período de governo

(conclusão)

Governo	GÊNERO OPINATIVO					
	Estadão		Folha		O Globo	
	N	%	N	%	N	%
Lula	73	27,2%	34	35,8%	53	27,3%
Ditadura	24	15,4%	23	18,9%	26	23,6%
Sarney	20	20,2%	53	34,4%	57	52,8%
FHC	39	39,4%	30	39,5%	53	47,3%
Temer	34	63,0%	49	50,5%	25	43,9%
Dilma	25	42,4%	32	36,4%	23	47,9%
Collor	20	39,2%	31	39,2%	24	40,7%
Itamar	8	40,0%	5	35,7%	24	60,0%
Bolsonaro	10	41,7%	16	59,3%	9	52,9%
<b>Total por veículo</b>	<b>253</b>	<b>30,5%*</b>	<b>273</b>	<b>36,3%*</b>	<b>294</b>	<b>39,5%*</b>

\*Média de publicações opinativas do jornal, calculada sobre os 820 conteúdos deste gênero

Ratifica-se, portanto, a leitura de que os aspectos noticiosos sobre a radiodifusão pública vão perdendo importância nos dois últimos governos brasileiros, quando os veículos comerciais passam a priorizar os textos opinativos para a cobertura sobre o tema, gênero que se destaca sobretudo durante o período Temer, liderado pelo *Estadão*. As abordagens de cunho analítico também são expressivas no ano do governo Bolsonaro, quando *Globo* e *Folha* contam com números acima de 50% de cobertura opinativa. Nesses últimos casos, a defesa de uma agenda liberal de privatização ou extinção da EBC ganha ainda mais força e o assunto passa a dominar os debates sobre a radiodifusão pública a partir de então.

Retomando o argumento de Capelato (1991), é na defesa de seu papel informativo que a grande imprensa comercial sustenta seus valores de objetividade, neutralidade e imparcialidade. A partir dessa observação, infere-se das análises até aqui sistematizadas que quanto mais acirrado o conflito de interesse entre os grupos empresariais e o poder político, mais a mídia comercial faz uso dessa ênfase informativa para abordar o tema da radiodifusão pública. À medida que as tensões do campo diminuem e cresce a aproximação desses veículos com o poder político, existe mais abertura para abordagens opinativas e analíticas.



#### 4.1.4 Qualidade argumentativa jornalística

Para dimensionar, ainda que de maneira limitada, a profundidade da cobertura jornalística da grande imprensa comercial sobre o tema da radiodifusão pública, a pesquisa também identificou quais formatos jornalísticos os veículos recorreram com maior frequência para suas abordagens. Mais que problematizar as características ou limitações das coberturas, o intuito desse recorte foi oferecer uma noção mais fidedigna sobre o nível de complexidade argumentativa das publicações coletadas.

Dito de outro modo, quando se menciona que o *corpus* deste trabalho é composto por 2.327 publicações sobre o serviço de radiodifusão pública é preciso considerar que, embora a discussão seja pauta recorrente desses veículos, não necessariamente a quantidade de inserções apresenta um debate qualificado sobre o tema, que efetivamente revele a teia de disputas, crenças, atores e interesses que permeiam o setor de radiodifusão no país. Por isso é preciso buscar dimensões simbólicas de análise, para além do texto, que desvelem as nuances deste campo.

Um dos indicadores que sugerem a ausência, ou deficiência, de um debate mais qualificado e complexo é a quantidade de reportagens publicadas ao longo desses 45 anos (Tabela 3). Do total de 1.507 matérias informativas, apenas 79 foram classificadas dentro deste formato, tradicionalmente classificado pelo jornalismo como o principal espaço para o aprofundamento, detalhamento e desdobramento dos fatos de interesse público (COSTA, 2010). O valor representa 5,2% do total das inserções noticiosas.

A predominância absoluta (69,9%) é de notícias, “relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social”, seguida de notas (20,7%), formato que traz o “acontecimento que está em processo de configuração” e em geral não apresenta todos os elementos necessários à notícia (ação, agente, tempo, lugar, modo e motivo). (COSTA, 2010, p. 55).

**Tabela 3** – Formatos jornalísticos: geral

<b>Formatos jornalísticos</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Notícia	1.054	45,3%
Coluna	493	21,2%
Nota	312	13,4%
Artigo	135	5,8%
Editorial	84	3,6%
Reportagem	80	3,4%
Carta do Leitor	69	3,0%
Entrevista	50	2,1%
Outros	50	2,2%
<b>Total</b>	<b>2.327</b>	<b>100%</b>

Referência percentual: total de publicações

A tendência de pouca profundidade nas abordagens também é percebida quando segmenta-se os formatos do gênero opinativo (Tabela 4), no qual mais de 60% das publicações referem-se às colunas de opinião dos três veículos, ou seja, “unidades curtíssimas de informação e opinião” que caracterizam-se “pela agilidade e pela abrangência”. Normalmente, esses espaços são assinados por um autor/editor fixo e reúne informações sobre os “bastidores das notícias”, “pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública”. (COSTA, 2010, p. 65). Dos 820 textos de opinião sobre a radiodifusão pública, os três jornais publicaram 493 colunas, 135 artigos de opinião (16,5% do total de publicações do gênero) e 84 editoriais (10,3%).

Considerando o total geral de publicações, os formatos notícia (45,3%), coluna (21,2%) e nota (13,4%) correspondem a 80% de todo o material publicado sobre a radiodifusão pública no período observado. Dessa maneira, pode-se extrair do dado a leitura de que a mídia comercial reserva à mídia pública um espaço periférico de abordagens, usualmente atreladas às dimensões factuais e superficiais dos acontecimentos, evitando o debate mais estrutural e complexo sobre o tema.

**Tabela 4** – Formatos jornalísticos: gêneros

<b>Gênero Informativo</b>		
<b>Formato</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Notícia	1.054	69,9%
Nota	312	20,7%
Reportagem	79	5,2%
Entrevista	50	3,3%
Outro	12	0,8%
<b>Total</b>	<b>1.507</b>	<b>100%</b>

Referência percentual: publicações informativas

<b>Gênero Opinativo</b>		
<b>Formato</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Coluna	493	60,1%
Artigo	135	16,5%
Editorial	84	10,2%
Crítica	14	1,7%
Comentário	11	1,3%
Crônica	3	0,4%
Frases	1	0,1%
<b>Total</b>	<b>820</b>	<b>100,0%</b>

Referência percentual: publicações opinativas

#### 4.1.5 Fontes consultadas

Outro elemento que contribui para as inferências sobre a qualidade, densidade e complexidade da cobertura da mídia comercial perante os assuntos da radiodifusão pública é a investigação sobre a quantidade e o tipo de fonte consultada pelas publicações. Além disso, essa observação também auxilia na avaliação sobre a pluralidade de vozes escolhidas por esses veículos para tratar dos temas, bem como no diagnóstico sobre para quais agentes são oferecidos espaços de voz ativa e visibilidade. Aqui, considerou-se como fonte as pessoas entrevistadas pelo jornalista e que aparecem com falas diretas e indiretas na publicação ou ainda aquelas que se manifestaram por meio de notas. Essa análise selecionou apenas os conteúdos do gênero informativo, alcançando 1.507 das 2.327 publicações que compõem o *corpus*, ou

seja, 64,7% do universo pesquisado. Também foram descartados os resultados segmentados por veículos.

Das matérias que atenderam aos critérios deste tópico, 21,8% não consultaram nenhuma fonte para embasar a argumentação do texto jornalístico apresentado, índice que chegou a 26,3% das publicações durante a ditadura, 29,9% no mandato do Sarney e 24,6% na gestão Collor (Tabela 5). A administração de Itamar (21,6%), de FHC (19,5%), Temer (19,0%) e Bolsonaro (21,2%) computaram percentuais próximos à média geral de conteúdos sem fonte, enquanto os governos Lula (15,4%) e Dilma (18,3%) registraram o menor número de publicações sem fontes consultadas.

**Tabela 5** – Quantidade de fontes consultadas por governos: geral

Governos	Sem fontes		Fonte Única		Duas ou mais fontes	
	N	%	N	%	N	%
Ditadura	83	26,3%	163	51,7%	69	21,9%
Sarney	69	29,9%	96	41,6%	66	28,6%
Collor	28	24,6%	50	43,9%	36	31,6%
Itamar	8	21,6%	14	37,8%	15	40,5%
FHC	32	19,5%	54	32,9%	78	47,6%
Lula	61	15,4%	143	36,0%	193	48,6%
Dilma	21	18,3%	34	29,6%	60	52,2%
Temer	19	19,0%	29	29,0%	52	52,0%
Bolsonaro	7	21,2%	14	42,4%	12	36,4%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>21,8%*</b>	<b>597</b>	<b>39,6%*</b>	<b>581</b>	<b>38,6%*</b>

\*Média de publicações informativas do jornal, calculada sobre os 1.507 conteúdos deste gênero

O índice geral de publicações com pelo menos uma fonte consultada ficou em 78,2% dos textos informativos (Tabela 5), sendo que quatro a cada dez conteúdos trazem apenas uma pessoa ouvida. Das matérias veiculadas na ditadura, mais da metade (51,7%) conta com uma fonte e 21,9% dispunham de duas ou mais, dados que colocaram o período militar com a menor média de fontes para cada conteúdo (1,12). Após a redemocratização, a média aumenta progressivamente: marca 1,24 nas gestões Sarney e Collor e alcança o pico de 1,82 fontes por matéria no governo Lula, embora caia um pouco para 1,81 na gestão Bolsonaro, ainda assim, acima da média geral. Quer dizer que, na média global, a mídia comercial ouve menos de duas fontes por cada publicação quando o assunto é a radiodifusão pública. (Tabela 6)

**Tabela 6** – Média de fontes consultadas pelas publicações por governo

<b>Governo</b>	<b>Quantidade de fontes</b>	<b>Conteúdos publicados</b>	<b>Média por publicação</b>
Ditadura	353	315	1,12
Sarney	286	231	1,24
Collor	141	114	1,24
Itamar	50	37	1,35
FHC	269	164	1,64
Lula	725	398	1,82
Dilma	197	115	1,71
Temer	173	100	1,73
Bolsonaro	60	33	1,81
<b>Total</b>	<b>2.254</b>	<b>1.507</b>	<b>1,50</b>

Os percentuais de apenas uma fonte consultada durante as gestões Sarney (41,6%), Collor (43,9%), Itamar (37,8%) e Bolsonaro (42,4%) orbitam próximos à média geral de 39,6% de matérias com apenas uma fonte. Nos demais governos (FHC, Lula, Dilma e Temer), esse índice oscila entre 29% e 36%. Outra maneira de ler os dados apresentados até aqui: seis em cada dez publicações ou não apresentaram fontes de informação ou ouviram fonte única, evidenciando ausência significativa de pluralidade e representatividade nos conteúdos abordados.

Já as matérias que potencialmente apresentam maior pluralidade, com duas ou mais fontes consultadas, representaram 38,6% de todas as publicações. No olhar para os governos, registrou 21,9% das inserções da ditadura; 36,4% das publicações no governo Bolsonaro e 31,6% no mandato de Fernando Collor. Por outro lado, estiveram presentes em mais da metade das publicações feitas no governo Dilma (52,2%) e Temer (52%) e alcançou patamares equivalentes à média geral nos períodos FHC (47,6%) e Lula (48,6%).

Contudo, a quantidade de fontes consultadas pelas matérias não consegue dimensionar, de forma isolada, o potencial de pluralidade e diversidade representativa das matérias jornalísticas, embora revele evidências sobre a questão. Um caminho para auxiliar nessa interpretação foi identificar qual o tipo de fonte consultada. Pelas análises, constatou-se que a mídia comercial costuma consultar poucos perfis de atores em suas publicações, pois a soma dos percentuais referentes aos representantes dos veículos públicos, estatais ou educativos de

comunicação com os índices correspondentes aos representantes diretos do Poder Executivo alcança 57,3% das fontes consultadas, sendo que a tendência é percebida também na média geral dos três jornais e durante os nove governos analisados. Destaca-se também o caráter oficialista das coberturas, uma vez que fontes especializadas, ligadas a movimentos civis organizados ou cidadãos, juntas, alcançam 8% do total de aparições. Por outro lado, membros do Poder Executivo (incluindo o presidente ou o governador) e políticos com mandato e sem mandato somam 40,9% do total de fontes ouvidas.

**Tabela 7** – Tipos de fontes consultadas: geral

Tipo de fonte	Total	
	N	%
Representantes de emissoras públicas, estatais ou educativas	635	32,5%
Ministros, secretários ou representantes do Poder Executivo	482	24,7%
Outro	231	11,8%
Chefe do Executivo (estadual ou federal)	162	8,3%
Políticos com mandato	128	6,6%
Fontes especializadas (pesquisadores, professores, técnicos)	100	5,1%
Representantes de veículos comerciais de comunicação	72	3,7%
Representantes da Justiça	53	2,7%
Representantes de movimentos civis organizados	45	2,3%
Políticos sem mandato	25	1,3%
Cidadão	12	0,6%
Representantes de agências ou instituições reguladoras	5	0,3%
Membros do STF	1	0,1%
<b>Total</b>	<b>1951</b>	<b>100%</b>

Na segmentação por governos, os representantes das emissoras públicas e os membros do Poder Executivo chegam a representar 70,8% dos agentes com poder de fala nas matérias publicadas durante a ditadura. Destas, quase metade (48,5%) são falas oficiais de ministros, secretários ou representantes diretos do Poder Executivo perante o total de inserções ou 68,5% se considerar apenas o percentual sobre o grupo. A marca com alto índice de fontes ligadas ao Executivo também foi verificada nos governos Itamar (29,3%) e Bolsonaro (28,6%). Por outro lado, nas gestões FHC, Lula, Dilma e Temer, a participação de fontes com este perfil perde força, oscilando entre 19,8% e 13,2%. Em contrapartida, nesses governos – com exceção de Rousseff – a figura do chefe do Executivo ganha espaço nas coberturas, alcançando seu ápice

nas gestões de Luiz Inácio Lula da Silva (10,7%) e Jair Messias Bolsonaro (11,1%). Embora a questão permita resposta positiva tanto para a presença do presidente quanto dos governadores, a maioria dos conteúdos com essa natureza faz referência ao Poder Executivo Federal, logo, o dado reforça a relevância desses dois líderes no debate sobre a radiodifusão pública, ainda que com ênfases argumentativas distintas.

Outra relação interessante a ser considerada é o crescimento da participação das fontes ligadas aos veículos públicos, estatais ou educativos de comunicação à medida em se reduziu a presença de representantes do Poder Executivo, revelando que aqueles agentes ganharam espaço na mídia comercial com o passar dos anos, com retrocessos na última gestão. O segmento representou 22,3% das fontes ouvidas na Ditadura, 24,4% no período Itamar e 23,8% durante o ano analisado da administração de Bolsonaro. Em todos os demais governos, os percentuais ficaram acima da média geral de 32,5%, alcançando 38,3% sob o governo de Dilma Rousseff.

Os políticos sem mandato (1,3%), os cidadãos (0,6%), os representantes de agências ou instituições reguladoras (0,3%) e os membros do STF (0,1%) juntos somaram apenas 2,2% das fontes consultadas, mostrando que esses atores não tiveram espaço na cobertura jornalística sobre a radiodifusão pública. A maioria das fontes da categoria políticos sem mandato concentrou-se nos governos após a criação da EBC, com três quartos do total referenciados nas gestões Lula, Dilma, Temer e Bolsonaro. Ainda que os índices gerais continuem baixos, nota-se que os percentuais referentes ao conjunto das fontes menos consultadas aumentam com a criação da Empresa Brasil de Comunicação, pois dois terços desses perfis se fizeram presentes a partir do segundo governo Lula. A inferência construída é a de que a instituição pública ampliou a participação, na mídia comercial, de agentes do campo da radiodifusão pública para além do eixo oficial/oficialista de fontes.

Os representantes ou pessoas vinculadas aos veículos comerciais de comunicação tiveram espaço tímido na condição de fontes na cobertura jornalística sobre radiodifusão pública, com o índice de 3,7%. Porém, o percentual ainda é maior que a soma dos grupos listados acima (políticos sem mandato, cidadãos, membros do STF e representantes de agências reguladoras). Na divisão por governos, não houve espaço para esses atores durante a gestão Bolsonaro e eles representaram apenas 1,2% das fontes consultadas sob o governo Temer. O espaço cresce nas gestões Dilma e FHC, nas quais representaram 5,4% das fontes, seguido pelo período Sarney (5,3%).

As fontes especializadas – pesquisadores, professores, técnicos da área – são outro segmento importante com espaço de fala discreto nos três veículos analisados. O grupo

representou 5,1% das fontes ouvidas e teve o melhor desempenho nas gestões Bolsonaro (9,5%) e Temer (8,4%). A participação também ficou acima da média geral nos governos Lula (6,4%) e FHC (5,4%). Os especialistas perdem espaço no governo Itamar (2,4%) e na ditadura (2,7%). Aqui, os dados mostram mais uma vez que a criação e a consolidação da EBC impulsionaram a preocupação da mídia comercial em relação à diversificação das fontes ouvidas nas matérias sobre radiodifusão pública. Apesar do ponto de inflexão durante a gestão Dilma, a tendência geral foi de crescimento da participação dos especialistas como fontes das matérias. Ainda assim, o cenário quantitativo da presença dessas fontes nas publicações é amplamente desproporcional quando comparado às fontes oficiais, institucionais ou políticas.

**Tabela 8** – Tipo de fonte consultada por governos: todos os veículos

(continua)

Tipo de fonte	Governo		
	Ditadura	Sarney	Collor
Representantes de emissoras públicas, estatais ou educativas	22,3%	32,6%	37,2%
Ministros, secretários ou representantes do Poder Executivo	48,5%	25,4%	23,4%
Outro	9,0%	13,6%	12,4%
Chefe do Executivo (estadual ou federal)	5,0%	8,0%	9,7%
Políticos com mandato	5,6%	7,6%	4,1%
Fontes especializadas (pesquisadores, professores, técnicos)	2,7%	4,2%	3,4%
Representantes de veículos comerciais de comunicação	3,0%	5,3%	3,4%
Representantes da Justiça	0,7%	1,5%	3,4%
Representantes de movimentos civis organizados	2,3%	0,8%	1,4%
Políticos sem mandato	0,3%	1,1%	0,7%
Cidadão	0,3%	0,0%	0,7%
Representantes de agências ou instituições reguladoras	0,0%	0,0%	0,0%
Membros do STF	0,3%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>15,4%*</b>	<b>13,5%*</b>	<b>7,4%*</b>

\*Percentual de fontes consultadas por cada governo, considerando o total de 2.254 fontes ouvidas pelos três veículos



**Tabela 8** – Tipo de fonte consultada por governos: todos os veículos

(conclusão)

Tipo de fonte	Governo		
	Itamar	FHC	Lula
Representantes de emissoras públicas, estatais ou educativas	24,4%	36,5%	33,7%
Ministros, secretários ou representantes do Poder Executivo	29,3%	18,9%	19,8%
Outro	22,0%	11,3%	10,7%
Chefe do Executivo (estadual ou federal)	4,9%	8,6%	10,7%
Políticos com mandato	7,3%	5,9%	7,9%
Fontes especializadas (pesquisadores, professores, técnicos)	2,4%	5,4%	6,4%
Representantes de veículos comerciais de comunicação	4,9%	5,4%	3,3%
Representantes da Justiça	2,4%	3,6%	1,9%
Representantes de movimentos civis organizados	0,0%	2,3%	3,4%
Políticos sem mandato	0,0%	0,5%	1,4%
Cidadão	2,4%	1,8%	0,7%
Representantes de agências ou instituições reguladoras	0,0%	0,0%	0,2%
Membros do STF	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>2,1%*</b>	<b>11,4%*</b>	<b>29,8%*</b>

\*Percentual de fontes consultadas por cada governo, considerando o total de 2.254 fontes ouvidas pelos três veículos

Tipo de fonte	Governo		
	Dilma	Temer	Bolsonaro
Representantes de emissoras públicas, estatais ou educativas	38,3%	37,1%	23,8%
Ministros, secretários ou representantes do Poder Executivo	13,2%	15,6%	28,6%
Outro	14,4%	12,0%	15,9%
Chefe do Executivo (estadual ou federal)	4,2%	9,0%	11,1%
Políticos com mandato	7,2%	5,4%	3,2%
Fontes especializadas (pesquisadores, professores, técnicos)	3,6%	8,4%	9,5%
Representantes de veículos comerciais de comunicação	5,4%	1,2%	0,0%
Representantes da Justiça	7,8%	4,8%	1,6%
Representantes de movimentos civis organizados	1,8%	3,0%	1,6%
Políticos sem mandato	3,0%	2,4%	3,2%
Cidadão	0,6%	0,0%	0,0%
Representantes de agências ou instituições reguladoras	0,6%	1,2%	1,6%
Membros do STF	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>8,6%*</b>	<b>8,6%*</b>	<b>3,2%*</b>

\*Percentual de fontes consultadas por cada governo, considerando o total de 2.254 fontes ouvidas pelos três veículos

#### 4.1.6 Factualidade e contextualização

Para buscar outros elementos que corroborem com as interpretações anteriores sobre a qualidade do debate jornalístico sobre a radiodifusão pública presente nas páginas dos três veículos analisados, acrescentou-se o olhar sobre a factualidade das abordagens e o nível de contextualização<sup>12</sup> de cada inserção.

Novamente, a discussão é relevante para a investigação, pois a complexidade dos argumentos utilizados tem impacto sobre o universo simbólico que permeia as representações das emissoras de rádio e televisão pública construídas pelos veículos comerciais.

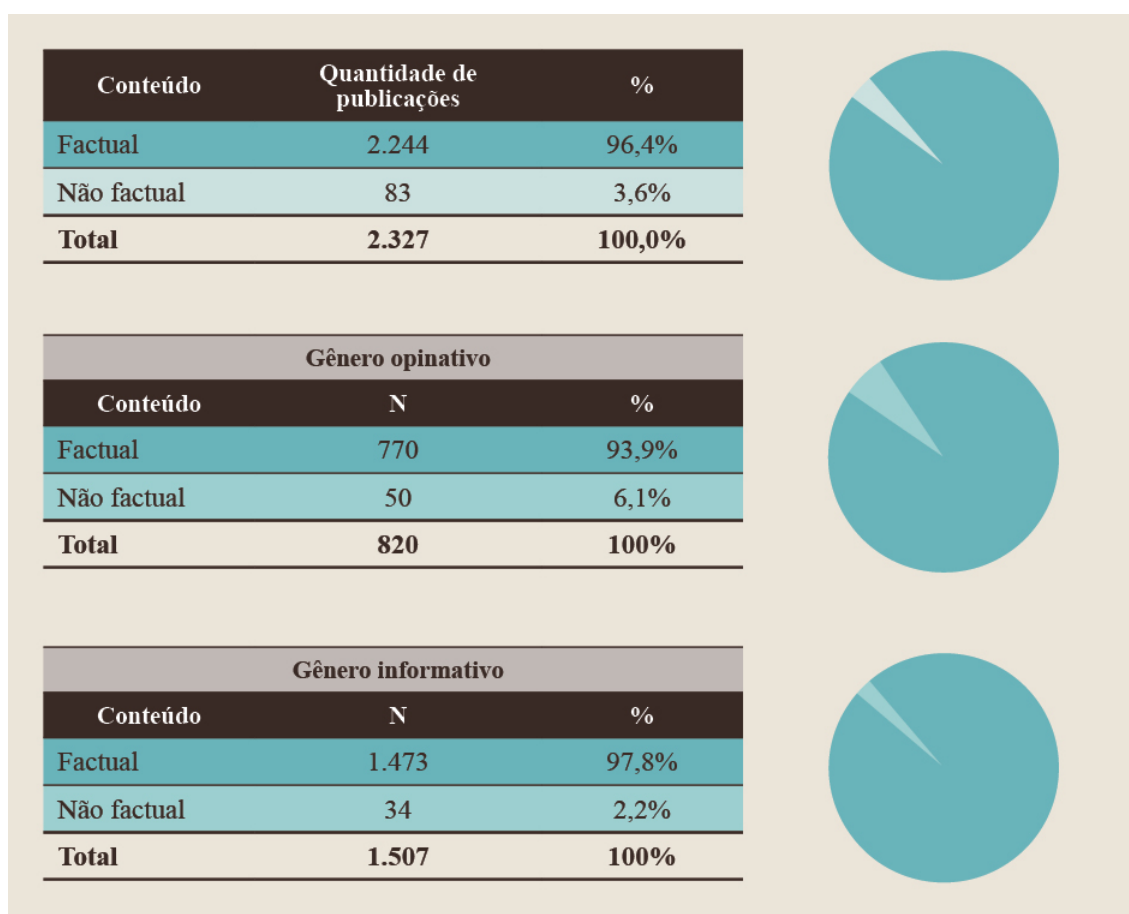
Dito de outro modo, esses elementos contribuem para avaliações deste estudo sobre como os operadores qualificadores ou desqualificadores da radiodifusão pública costumam ser trabalhados por esses veículos: se de maneira embasada, mais estrutural e pelo viés de suas múltiplas dimensões ou se tendem a aparecer como argumentos retóricos, com a função de legitimar um grupo de valores ou de características pré-construídos para o segmento.

O primeiro dado que chama a atenção é o próprio índice de factualidade das publicações: 96,4% das inserções sobre o tema foram pautadas por acontecimento concreto e palpável, com lastro imediato na realidade observável. Obviamente, a dimensão factual se constitui como eixo norteador dos valores-notícia do jornalismo, ela guia os atributos que orientam a seleção primária dos fatos (SILVA, 2005).

Entretanto, a regência absoluta da factualidade revela que o serviço público de radiodifusão raramente é retratado, nesses veículos, por sua dimensão mais abstrata e analítica, ou seja, como pauta de potencial interesse público e social por si só, não necessariamente atrelada a situações específicas. Mesmo nos conteúdos opinativos, os quais o gancho factual ganha mais flexibilidade, o percentual é alto, 93,9%.

---

<sup>12</sup> A factualidade foi observada em todas as inserções. Todavia, o filtro “contextualização” só foi aplicado para notícias, reportagens, entrevistas, artigos e editoriais. A escolha justifica-se pela própria natureza dos demais formatos jornalísticos, cujas características não contemplam uma dimensão contextualizada do fato.

**Figura 6** – Factualidade das publicações: geral e por gêneros

Não há variação representativa na proporção quando o recorte considera cada veículo separadamente, com maior predominância do critério de factualidade nas inserções da *Folha de S.Paulo* (98,1%), perante *Estadão* (95,2%) e *Globo* (95%). Na segmentação por governos, constata-se que em todos os períodos e em todos os veículos a dimensão factual ultrapassa o percentual de 90% da cobertura, com exceção de quatro situações: o período de FHC (86,9%) no *Estadão*; Dilma (85,4%) e Temer (86%) n’*O Globo*; e Lula (88,4%) na *Folha de S.Paulo*. A queda, ainda que discreta, é elemento que vale ser ressaltado, uma vez que sugere ampliação do potencial mais analítico da cobertura destes períodos.

**Tabela 9** – Factualidade das publicações por veículo e por governos

Governo	Estadão		Folha		O Globo	
	N	%	N	%	N	%
Ditadura	155	99,4%	105	95,5%	122	100%
Sarney	98	99,0%	108	100%	151	98,1%
Collor	51	100%	59	100%	79	100%
Itamar	20	100%	38	95,0%	14	100%
FHC	86	86,9%	110	98,2%	76	100%
Lula	245	91,4%	182	93,8%	84	88,4%
Dilma	58	98,3%	41	85,4%	88	100%
Temer	54	100%	49	86,0%	97	100%
Bolsonaro	23	95,8%	16	94,1%	27	100%
<b>Total</b>	<b>790</b>	<b>95,2%*</b>	<b>708</b>	<b>95,0%*</b>	<b>738</b>	<b>98,1%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de conteúdos factuais por veículo

O levantamento também mapeou os ganchos jornalísticos centrais das publicações factuais, isto é, quais foram os principais fatos que alçaram o tema à condição de notícia. Das 2.244 inserções com características factuais, as questões relacionadas às articulações políticas estiveram presentes de forma predominante em 33,6% dos textos, seguidas das dinâmicas institucionais dos veículos públicos (29,2%) e de abordagens sobre programação ou conteúdos dessas emissoras (18%).

Outra maneira de ler o dado: o universo político-institucional concentra 81% do interesse da mídia comercial pelo tema da radiodifusão pública, superando inclusive as disputas que envolvem os interesses econômicos do setor, opção assinalada apenas em 6,8% dos conteúdos. Infere-se, portanto, que ao menos em nível argumentativo a disputa por capital econômico é periférica nas abordagens sobre a radiodifusão pública, tendo mais força as disputas sociais e simbólicas dos agentes e agências do campo, seja em âmbito institucional ou no âmbito do poder político.

**Tabela 10** – Gancho temático das publicações factuais

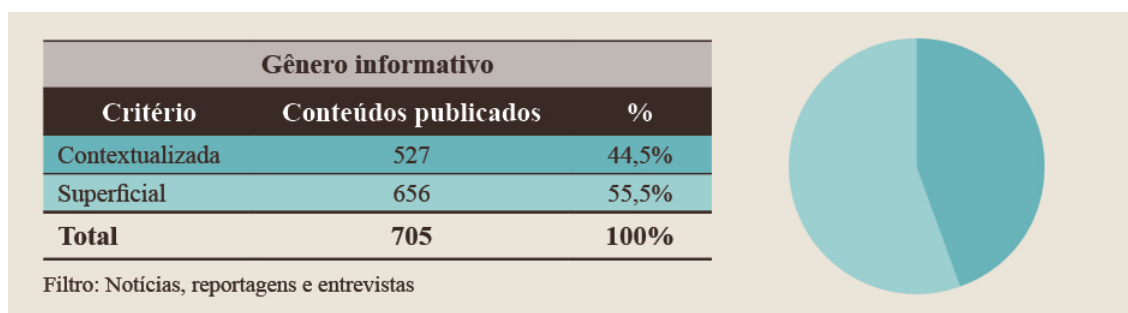
Gancho factual	Conteúdos publicados	%
Articulação política	753	33,6%
Dinâmicas institucionais de veículo público	655	29,2%
Conteúdos e programação	403	18,0%
Orçamento, investimento ou outro aspecto econômico	153	6,8%
Efemérides	55	2,5%
Especulação ou mudança nas políticas públicas ou leis do setor	43	1,9%
Questões sobre audiência	8	0,4%
Outra	174	7,8%
<b>Total</b>	<b>2.244</b>	<b>100,0%</b>

Ainda como critério de avaliação da qualidade do debate jornalístico sobre a radiodifusão pública, as notícias, reportagens, editoriais, artigos de opinião, resenhas e críticas foram classificadas quanto à profundidade dos argumentos trazidos por esses formatos, se superficiais ou se contextualizados por meio de dados, fontes ou outros elementos.

Pelo dado geral, metade das 1.420 publicações deste universo não apresenta fundamentação mais elaborada sobre os assuntos retratados. A questão se acentua no recorte por gênero, uma vez que os conteúdos informativos considerados superficiais somam 55,5% das inserções. Quanto às opinativas, 75,1% dos textos atenderam aos critérios de boa contextualização, contudo, vale ressaltar que a quantidade de aparições desse gênero é quase três vezes menor do que os formatos noticiosos.

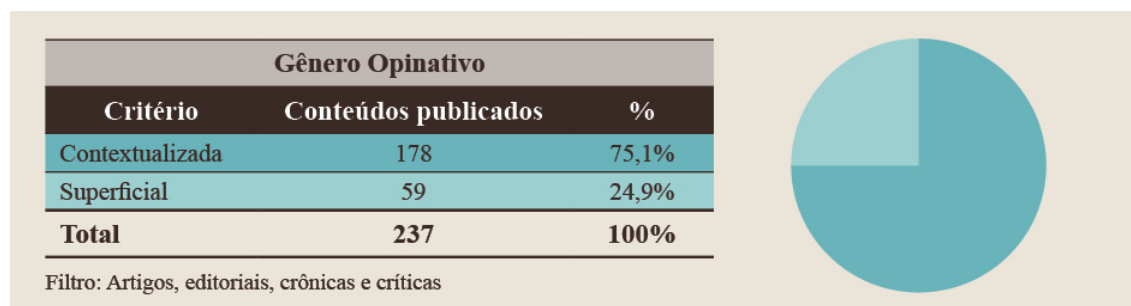
**Figura 7** – Contextualização das publicações informativas e opinativas

(continua)



**Figura 8** – Contextualização das publicações informativas e opinativas

(conclusão)



#### 4.1.7 Utilização de recursos gráficos

O último elemento observado que também contribui para as análises sobre contextualização e qualidade do debate jornalístico foi a presença ou ausência de recursos gráficos nas publicações, seja foto, ilustração ou infográficos (Tabelas 11 e 12). Pelo dado geral, menos de um terço das inserções (27,1%) apresentaram algum desses elementos, sendo o *Estadão* (37,1%) o veículo que mais se utiliza das ferramentas e *O Globo* (18,8%), menos.

Na divisão por governos, os períodos com maior índice desse perfil de conteúdos foram os mandatos do presidente Lula (36,1%), seguidos de FHC (32,4%), Dilma (32,3%) e Bolsonaro (30,9%). Por veículos, as variações mais significativas são percebidas durante os governos FHC (52,5%), Bolsonaro (50%) e Lula (44,8%) na cobertura do *Estadão*; Itamar (42,9%) e Lula (31,6%) no caso da *Folha* e Bolsonaro (29,4%), Dilma (29,2%) e Lula (26,3%) para *O Globo*.

A leitura possível desse dado, para além da constatação do baixo nível de uso de recursos que auxiliam no melhor entendimento e contextualização dos fatos, é que os governos de Lula, FHC, Dilma e Bolsonaro, de uma forma geral, concentram as publicações com maior apelo visual e, conseqüente, mais potencial explicativo, ainda que de forma discreta.

**Tabela 11** – Publicações com recurso gráfico: segmentação por governos

Governo	Geral	
	N	%
Bolsonaro	21	30,9%
Collor	42	22,2%
Dilma	63	32,3%
Ditadura	65	16,8%
FHC	93	32,4%
Itamar	17	23,0%
Lula	201	36,1%
Sarney	81	22,4%
Temer	48	23,1%
<b>Total</b>	<b>631</b>	<b>27,1%*</b>

\*Percentual sobre o total das 2.327 publicações

**Tabela 12** – Publicações com recurso gráfico: segmentação por governos e por veículos

Governo	Estadão		Folha		O Globo	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	12	50,0%	4	14,8%	5	29,4%
Collor	10	19,6%	21	26,6%	11	18,6%
Dilma	24	40,7%	25	28,4%	14	29,2%
Ditadura	40	25,6%	21	17,2%	4	3,6%
FHC	52	52,5%	19	25,0%	22	19,6%
Itamar	8	40,0%	6	42,9%	3	7,5%
Lula	120	44,8%	30	31,6%	51	26,3%
Sarney	27	27,3%	36	23,4%	18	16,7%
Temer	15	27,8%	21	21,6%	12	21,1%
<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>37,1%*</b>	<b>183</b>	<b>24,3%*</b>	<b>140</b>	<b>18,8%*</b>

\*Percentual sobre a quantidade de publicações de cada veículo

Em diálogo com a sociologia reflexiva de Pierre Bourdieu, detalhar esse perfil da cobertura jornalística dos três jornais objetivou situar o *corpus* desta pesquisa em dois níveis. O primeiro para explicitar as características do material coletado e construir um diagnóstico científico sobre o objeto empírico deste estudo. O segundo para desvelar estruturas, contextos e dinâmicas, às vezes não tão aparentes, em que eles foram produzidos. Entende-se que a

tipificação quantitativa e descritiva das características do material coletado se constituiu em um caminho para colocar a teoria em ação (BOURDIEU, 1989), pois ao dissecar o perfil das publicações este estudo também constrói uma dimensão palpável, aplicada ao objeto desta pesquisa, sobre o próprio *modus operandi* da grande imprensa que, de acordo com a teoria bourdieusiana, se perpetua exatamente por sua aparência espontânea e desinteressada. Dessa maneira, esse olhar sistematizado contribui para desvelar disposições incorporadas pelas práticas jornalísticas que também interferem na disputa argumentativa entorno da temática da radiodifusão pública.

A ótica selecionada por este trabalho enfoca justamente o recorte que parte desse olhar da mídia comercial, detentor de um *habitus* específico, um esquema próprio de interpretar e perceber o mundo (BOURDIEU, 1983a). Dessa forma, observar o perfil dessas estruturas significa problematizar, ou ao menos evidenciar, as lógicas que geram essas práticas representativas sobre as emissoras públicas de radiodifusão, questão fundamental para este trabalho. Detectou-se, dessa maneira, que as publicações sobre o tema apresentam variações de perfis quando se aplica o recorte por governos. Tais questões serão abordadas nas inferências relacionadas aos operadores simbólicos, mas já revelam nuances das relações e tensões entre mídia e o poder político. Entre as principais evidências percebidas, destacam-se:

- a) As pautas sobre a radiodifusão pública não são negligenciadas pela grande imprensa comercial, pois há cobertura significativa sobre o assunto ao longo dos anos. Sua visibilidade, contudo, é intensificada nos períodos em que há fatos políticos, normativos e/ou institucionais com potencial para alterar as estruturas do campo da radiodifusão, sendo os picos dessas mudanças a criação da EBC, a reformulação normativa promovida nos primeiros meses da gestão de Michel Temer e o ano da promulgação da Constituição Federal. Contudo, nota-se que, proporcionalmente, esses veículos comerciais deram peso considerável para os acontecimentos do período de transição entre os governos Dilma e Temer, sendo este último o mandato em que a agenda relacionada às emissoras públicas de rádio e televisão esteve, em média de dias, presente com mais frequência nas páginas destes veículos, superando os governos Sarney, Lula, Bolsonaro e Collor, esses de médias similares. A grande diferença é que, nas inserções do ano de 2016, há uma nítida mudança no tom das abordagens, com a introdução do argumento de que a nova gestão chega ou para interromper a herança de aparelhamento e instrumentalização político-ideológica da Empresa Brasil de Comunicação ou como esperança para extinguir a instituição e acabar, de vez, com uma enorme fonte de desperdício de dinheiro público. A



comparação entre os governos Dilma e Lula também é relevante, pois percebe-se que o tema foi abordado com uma média quase duas vezes maior nas gestões do líder petista se comparado às de sua sucessora. Em ambos os casos, ainda que os dados quantitativos não evidenciem por si só essa leitura, defende-se que eles ajudam a sustentar uma das hipóteses levantadas por esta tese: a de que a agenda sobre a mídia pública foi instrumento de disputa não apenas pelo poder simbólico interno ao campo da comunicação, ou seja, ela extrapola as tensões entre os veículos comerciais e as emissoras públicas, representadas em grande medida pelo *corpus* deste trabalho na figura da EBC. É possível observar uma tensão, a ser detalhada nas análises dos qualificadores e desqualificadores da mídia pública, entre os veículos comerciais e o poder político constituído, intensificada sobretudo durante o governo Lula, uma vez que a agenda da radiodifusão pública não raro era usada para atacar de forma mais frequente e veemente a própria forma de governar do então presidente.

- b) Há, ao longo dos anos, um deslocamento da ênfase do perfil de cobertura, que passa de amplamente informativa para uma tendência à valorização das análises e opiniões sobre os fatos durante os governos mais liberais economicamente, ainda que essas poucas vezes tenham ultrapassado aquelas, em números absolutos de inserções. Observando a proporção entre as publicações informativas e opinativas dentro de cada governo: na ditadura militar e no governo Sarney, a cada quatro entradas informativas era publicado um conteúdo opinativo; no mandato de Collor o índice reduz para 1,5 e se iguala no período Itamar. Depois, a diferença volta a aumentar nos anos de FHC e Lula, passando para uma inserção opinativa a cada 2,5 informativas; cai para 1,5 no governo Dilma; e inverte (-0,9) no caso de Temer e Bolsonaro. Novamente, a hipótese levantada é a de que quando há mais tensões entre o poder político e o poder midiático desses veículos, há certa tendência de o discurso jornalístico e sua capacidade de narrar os fatos de forma objetiva, imparcial e neutra ganhar notoriedade. A leitura é importante para o recorte dos qualificadores e desqualificadores da mídia pública, a ser trabalhado no próximo capítulo, pois a partir dessa constatação será construir relações específicas para esse período em que as abordagens opinativas ganharam relevância, com o adendo de que, em geral, esses espaços possuem forte peso para a formação da opinião pública sobre determinadas questões.
- c) Não há variações quantitativas significativas entre as coberturas dos três veículos, mesmo que eles apresentem nuances distintas a depender dos governos ou do perfil dos textos. Dentro da teoria dos campos, pode-se dizer que esse grupo de agentes,

representantes da chamada grande imprensa comercial, se posicionam no polo dominante do campo midiático, e com isso produzem e reproduzem valores e normas semelhantes que abarcam, inclusive, seus sistemas de classificações de mundo (ORTIZ, 1983). Dito de outro modo, existe uma regularidade e uma identidade comum nas ações e práticas deste grupo, um sistema compartilhado de disposições objetivas e subjetivas que particulariza esse grupo enquanto detentor do monopólio da verdade objetiva dos fatos e o distingue dos demais. É o que o sociólogo francês denomina como princípio de harmonização objetiva das práticas e das obras, elemento que costura os esquemas de ação e de interpretação, dando homogeneidade ao *habitus* da mídia comercial tanto perante o modo como ela produz suas notícias como em relação à maneira à qual ela representa a mídia pública. No caso dos veículos de comunicação hegemônicos, com grande poder de mobilização e abrangência social, ainda há um diferencial: eles não apenas manifestam o seu *habitus* enquanto grupo como, por sua característica simbólica de construção da realidade objetiva a partir da sua leitura e nomeação oficial (BOURDIEU, 1989) de mundo, têm o poder de inculcar um *habitus* para outros grupos, pois é tênue a linha que separa qual é o olhar da mídia comercial sobre determinado tema do que é, de fato, a realidade objetiva, complexa e de múltiplas dimensões que o envolve. Nem tudo entra nas páginas destes jornais.

- d) A qualidade argumentativa das publicações desses veículos, em relação à profundidade das suas abordagens e até mesmo à sua competência técnica jornalística, se mostrou frágil e limitada. Em geral, as inserções sobre a radiodifusão pública não aprofundam, detalham ou analisam, com complexidade, as principais questões que permeiam o fenômeno social, muito menos os seus desdobramentos. Também há pouca representatividade e diversificação dos segmentos sociais que são consultados como fontes de informação pelas publicações que tratam do tema da radiodifusão pública, sendo que o rol majoritário de pessoas com espaço de fala nos jornais integra o grupo de fontes oficiais, institucionais ou políticas. Além disso, os assuntos abordados se prendem, em grande medida, aos acontecimentos factuais de momento, sem que os veículos ofereçam contrapartida significativa de contextualização destes fatos. Aqui, temos um paradoxo, a ser discutido de forma mais detalhada nas interpretações mais qualitativas dessas abordagens: ao mesmo tempo em que a mídia comercial atribui à mídia pública uma lista recorrente de características que ora a qualificam ora a desqualificam enquanto agente legítimo no campo da radiodifusão, essa

representação não pode ser considerada, ao menos tecnicamente, como fruto de uma prática profissional de exímia qualidade jornalística. Isso evidencia que a disputa simbólica em jogo extrapola o campo dos modos de se fazer comunicação e abrange o poder de continuar a exercer o monopólio da construção da verdade objetiva. Quanto menos atores em campo, maior o alcance dos grupos dominantes e menor o compromisso com a qualidade do processo produtivo em si.

## ***4.2 Mapeamento temático***

Identificar quais são os temas e subtemas relacionados ao serviço público de radiodifusão que mais aparecem nas abordagens da mídia comercial é o principal objetivo deste tópico de análise. Para além dos números que medem a frequência desses conteúdos, as interpretações permitem mensurar qual o espaço efetivamente reservado para o debate entorno dos interesses econômicos, políticos, sociais ou simbólico que movem o campo da radiodifusão pública. Essa observação foi feita em dois níveis, o primeiro considerando o tema central abordado pelas publicações – neste caso permitindo marcação única, relacionada ao assunto predominante – e o segundo assinalando todos os temas presentes nas inserções, ainda que de forma periférica.

### *4.2.1 Dimensão temática central*

Considerando a soma dos dados gerais dos três jornais, as questões institucionais sobre os veículos públicos de rádio e televisão (como contratações, demissões, decisões administrativas, parcerias, convênios, contratos e dinâmicas internas de conselhos ou outros setores) constituíram na pauta mais recorrente sobre o tema da radiodifusão pública, concentrando 43% das publicações (Figura 8).

Em seguida, aparece temas que envolvem uma dimensão política (34,1%), seja no âmbito das articulações e deliberações pelos poderes Executivo ou Legislativo ou das abordagens que centralizam a autonomia ou a independência política das emissoras. Juntas, as duas ênfases somaram 77% de todos os textos publicados. Significa dizer, portanto, que os aspectos político-institucionais dominam a agenda da mídia comercial quando a mídia pública é retratada por esses veículos.

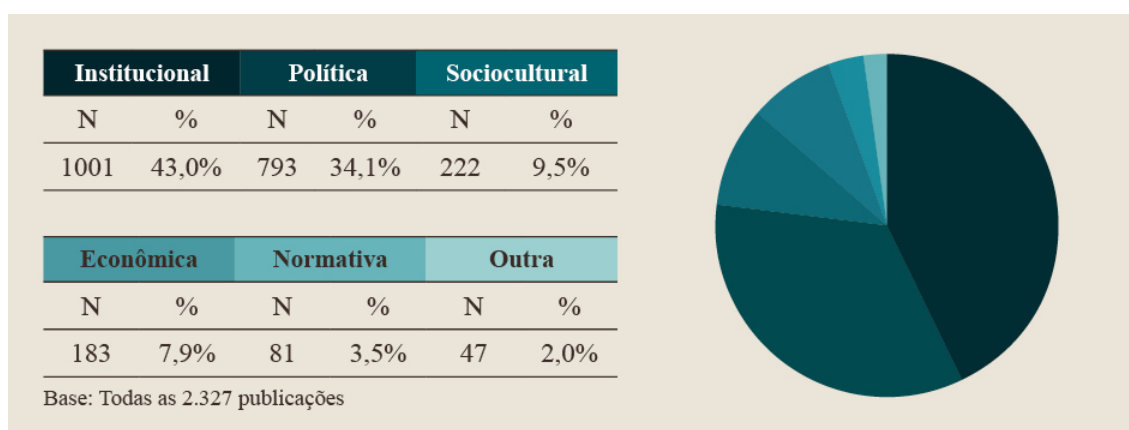
O dado dialoga com outras duas questões apontadas anteriormente: ao caráter extremamente factual da cobertura, em que a discussão sobre a radiodifusão pública nas páginas

desses jornais é motivada em grande medida por momentos e circunstâncias específicos, ou seja, por fatos; e a pouca contextualização ou densidade argumentativa das publicações para além desse acontecimento motivador da pauta.

Aspectos sociais e culturais, por exemplo, nos quais a categorização desta pesquisa enquadrava a função, os objetivos e os princípios da mídia pública, bem como sua programação, conteúdos, participação social e aferição de audiência correspondem a menos de 10% das inserções.

Uma surpresa revelada pelos dados foi a dimensão econômica, que obteve apenas 7,9% das marcações, ficando à frente apenas dos aspectos normativos. Imaginava-se que os temas envolvendo as disputas econômicas e financeiras do setor da radiodifusão ocupassem um espaço maior nas páginas dos jornais, o que não foi confirmado pela pesquisa empírica.

**Figura 9** – Dimensão temática central: dado geral



Nas análises segmentadas por governo (Tabela 13), constata-se que a cobertura institucional se mostrou mais presente durante nos governos Dilma (52,3%) e Collor (49,2%). Por outro lado, ocupou apenas 25% dos conteúdos do período no qual Bolsonaro esteve à frente do poder.

Em relação à dimensão política, as publicações dos mandatos de Lula, ditadura, Sarney, Temer, Collor e Itamar obtiveram percentuais bem próximos à média geral, variando entre 34,1% e 39,4%. No entanto, na gestão Dilma representou somente 17,9% das inserções e 21,6% dos textos da administração de FHC. No sentido oposto, o período que compreende o governo Bolsonaro marcou 61,8% das publicações tendo questões de natureza política como temática central.

As questões de natureza sociocultural alcançaram seu menor desempenho no período Bolsonaro (2,9%), Collor (5,3%) e Itamar (5,4%), enquanto esse mesmo perfil de publicações

teve destaque acima da média nos governos FHC (15,3%) e Sarney (13,6%). Nas abordagens de âmbito econômico, a variação entre os ciclos presidenciais foi de 4,9% e 6,3% na ditadura, Sarney e Collor, alcançando seu pico na gestão Temer (11,1%). Por fim, a dimensão normativa ganhou mais espaço durante os mandatos de Dilma Rousseff (6,7%), ditadura (5,7%) e FHC (5,6%). Já no governo Bolsonaro não foi identificada nenhuma publicação cujo assunto principal era de ordem normativa. Índices baixos também foram verificados para o período que compreende a gestão Collor, 1,1% e Sarney, com 2,2% das publicações.

O dado não deixa de ser curioso, uma vez que as principais transformações de ordem normativa ocorreram exatamente em períodos em que o desempenho dessa dimensão se reduz, como é o caso dos governos Lula, Sarney e Temer, o que leva a crer que mesmo quando o fato motivador da pauta era as mudanças estruturais na legislação as abordagens centravam-se nos aspectos políticos ou institucionais decorrentes dessas alterações.

**Tabela 13** – Dimensão temática central das publicações: por governo e todos os veículos

(continua)

Governo	Institucional		Política		Sociocultural	
	N	%	N	%	N	%
Lula	243	43,6%	190	34,1%	54	9,7%
Ditadura	163	42,0%	153	39,4%	23	5,9%
Sarney	130	36,0%	141	39,1%	49	13,6%
FHC	137	47,7%	62	21,6%	44	15,3%
Temer	84	40,4%	75	36,1%	15	7,2%
Dilma	102	52,3%	35	17,9%	21	10,8%
Collor	93	49,2%	67	35,4%	10	5,3%
Itamar	32	43,2%	28	37,8%	4	5,4%
Bolsonaro	17	25,0%	42	61,8%	2	2,9%
<b>Total</b>	<b>1001</b>	<b>43,0%*</b>	<b>793</b>	<b>34,1%*</b>	<b>222</b>	<b>9,5%*</b>

\*Percentual de cada dimensão temática sobre o total das 2.327 publicações

(continua)

**Tabela 13** – Dimensão temática central das publicações: por governo e todos os veículos

(conclusão)

Governo	Econômica		Normativa		Outra	
	N	%	N	%	N	%
Lula	54	9,7%	11	2,0%	5	0,9%
Ditadura	19	4,9%	22	5,7%	8	2,1%
Sarney	21	5,8%	8	2,2%	12	3,3%
FHC	21	7,3%	16	5,6%	7	2,4%
Temer	23	11,1%	7	3,4%	4	1,9%
Dilma	19	9,7%	13	6,7%	5	2,6%
Collor	12	6,3%	2	1,1%	5	2,6%
Itamar	8	10,8%	2	2,7%	0	0,0%
Bolsonaro	6	8,8%	0	0,0%	1	1,5%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>7,9%*</b>	<b>81</b>	<b>3,5%*</b>	<b>47</b>	<b>2,0%*</b>

\*Percentual de cada dimensão temática sobre o total das 2.327 publicações

No recorte por veículos, a começar pelo *Estadão* (Tabela 14), destacam-se os seguintes dados: as médias de cobertura por dimensões temáticas não variam significativamente do dado geral; as administrações de Dilma Rousseff (64,4%) e Itamar (60%) apresentaram o maior pico de cobertura institucional em contraste com a gestão Bolsonaro (12,5%); sobre as questões políticas, houve cobertura abaixo da média para os governos FHC (11%) e Dilma Rousseff (13,6%), sendo que, na outra ponta, o governo Bolsonaro concentrou 83% de suas publicações nesta categoria.

As inserções que tiveram assuntos econômicos, normativos ou socioculturais como tema central somaram 16% das matérias publicadas por este veículo, sendo que a abordagem econômica alcançou destaque nas gestões de Dilma e Itamar, com 15,3% e 15%, respectivamente, dos textos publicados em cada período.

Outros pontos de pico de cobertura deste veículo no que se refere à dimensão normativa e sociocultural foi durante o governo FHC, com índices de 6,1% e 20,2%, nessa ordem. Sobre o último índice, o percentual chama bastante atenção, uma vez que a média geral de cobertura sobre questões culturais e sociais registra 9,5%, logo, há um deslocamento significativo desta ênfase no período do peessedebista.

**Tabela 14** – Dimensão temática central: *Estadão*

Governo	Econômica		Institucional		Normativa	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	1	4,2%	3	12,5%	0	0,0%
Collor	1	2,0%	27	52,9%	0	0,0%
Dilma	9	15,3%	38	64,4%	0	0,0%
Ditadura	8	5,1%	61	39,1%	4	2,6%
FHC	5	5,1%	53	53,5%	6	6,1%
Itamar	3	15,0%	12	60,0%	0	0,0%
Lula	18	6,7%	123	45,9%	4	1,5%
Sarney	2	2,0%	44	44,4%	1	1,0%
Temer	3	5,6%	26	48,1%	2	3,7%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>6,0%*</b>	<b>387</b>	<b>46,6%*</b>	<b>17</b>	<b>2,0%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de publicações do veículo.

Governo	Política		Sociocultural		Outra	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	20	83,3%	0	0,0%	0	0,0%
Collor	19	37,3%	3	5,9%	1	2,0%
Dilma	8	13,6%	3	5,1%	1	1,7%
Ditadura	72	46,2%	7	4,5%	4	2,6%
FHC	11	11,1%	20	20,2%	4	4,0%
Itamar	5	25,0%	0	0,0%	0	0,0%
Lula	96	35,8%	23	8,6%	4	1,5%
Sarney	37	37,4%	8	8,1%	7	7,1%
Temer	20	37,0%	2	3,7%	1	1,9%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>34,7%*</b>	<b>66</b>	<b>8,0%*</b>	<b>22</b>	<b>2,7%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de publicações do veículo.

Nas matérias veiculadas pelo *Globo* também não se percebe variações gerais relevantes na comparação com a média de todos os veículos. No entanto, vale pontuar especificidades por governos. Em relação à cobertura institucional, as publicações das gestões Dilma, FHC, Itamar e Lula orbitam próximos aos patamares gerais, entre 42% e 45%, ao passo que nos governos Bolsonaro, Sarney e Temer o percentual ficou abaixo da média geral, entre 29% e 35%. Os índices sobem nos anos Collor (55%) e durante a ditadura militar (64,5%). Das publicações de natureza política, a administração Bolsonaro registrou o dobro da média de cobertura para este

tópico, alcançando 64,7% dos conteúdos sobre este quesito. A gestão Itamar também somou valores acima da média, com 42,5%. Já Collor, Dilma, ditadura e FHC marcaram percentuais abaixo da média geral, oscilando entre 20% e 25%. As dimensões sociocultural, normativa e econômica representaram 23,5% dos textos publicados pelo *Globo*, sendo que 21,1% dos textos da gestão Temer tinham como tema central a questão econômica, 5% das publicações do governo Itamar focavam a dimensão normativa e 25% dos textos publicados durante a gestão de Dilma deram ênfase para os aspectos socioculturais, o maior índice entre os três jornais para este critério.

**Tabela 15** – Dimensão temática central: *O Globo*

Governo	Econômica		Institucional		Normativa	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	0	0,0%	5	29,4%		0,0%
Collor	8	13,6%	33	55,9%	1	1,7%
Dilma	2	4,2%	23	47,9%	1	2,1%
Ditadura	7	6,4%	71	64,5%	2	1,8%
FHC	11	9,8%	54	48,2%	1	0,9%
Itamar	3	7,5%	17	42,5%	2	5,0%
Lula	18	9,3%	83	42,8%	2	1,0%
Sarney	13	12,0%	33	30,6%	3	2,8%
Temer	12	21,1%	20	35,1%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>9,9%*</b>	<b>339</b>	<b>45,5%*</b>	<b>12</b>	<b>1,6%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de publicações do veículo.

Governo	Política		Sociocultural		Outra	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	11	64,7%	1	5,9%	0	0,0%
Collor	12	20,3%	5	8,5%	0	0,0%
Dilma	10	20,8%	12	25,0%	0	0,0%
Ditadura	26	23,6%	4	3,6%	0	0,0%
FHC	28	25,0%	18	16,1%	0	0,0%
Itamar	17	42,5%	1	2,5%	0	0,0%
Lula	71	36,6%	19	9,8%	1	0,5%
Sarney	35	32,4%	22	20,4%	2	1,9%
Temer	18	31,6%	7	12,3%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>228</b>	<b>30,6%*</b>	<b>89</b>	<b>11,9%*</b>	<b>3</b>	<b>0,4%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de publicações do veículo.



O jornal *Folha de S.Paulo* (Tabela 16) foi o único em que a dimensão institucional não obteve a maior parte das abordagens centrais. Foram as questões de ordem política que assumiram a dianteira, com 36,8% das publicações – as pautas institucionais registraram o percentual de 36,6%. Essa liderança da dimensão política se dá em função da maior concentração de matérias sobre o tema nos governos militares, Collor, Bolsonaro, Itamar e Sarney, nos quais os índices variam entre 40% a 45%. Apenas FHC, Lula e Dilma contam com valores abaixo da média geral do jornal, com percentuais entre 19% e 30%.

A cobertura da dimensão institucional se manteve próxima da média geral nos governos Bolsonaro, FHC, Lula, Sarney e Temer, com variação de 33,3% a 39%. Abaixo da média ficaram apenas os textos publicados no período da ditadura (25,4%) e Itamar (21,4%).

As dimensões econômica, normativa e sociocultural juntas contabilizaram 23,7% das publicações, os destaques nesses três tópicos foram a alta da dimensão econômica nos governos Lula (18,9%) e Bolsonaro (18,5%); da dimensão normativa para a ditadura (13,1%) e as gestões Dilma (13,6%) e FHC (11,8%); e das publicações com temática sociocultural na administração Itamar Franco (21,4%).

**Tabela 16** – Dimensão temática central: *Folha de S.Paulo*

Governo	Econômica		Institucional		Normativa	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	5	18,5%	9	33,3%	0	0,0%
Collor	3	3,8%	33	41,8%	1	1,3%
Dilma	8	9,1%	41	46,6%	12	13,6%
Ditadura	4	3,3%	31	25,4%	16	13,1%
FHC	5	6,6%	30	39,5%	9	11,8%
Itamar	2	14,3%	3	21,4%	0	0,0%
Lula	18	18,9%	37	38,9%	5	5,3%
Sarney	6	3,9%	53	34,4%	4	2,6%
Temer	8	8,2%	38	39,2%	5	5,2%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>7,8%*</b>	<b>275</b>	<b>36,6%*</b>	<b>52</b>	<b>6,9%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de publicações do veículo.

Governo	Política		Sociocultural		Outra	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	11	40,7%	1	3,7%	1	3,7%
Collor	36	45,6%	2	2,5%	4	5,1%
Dilma	17	19,3%	6	6,8%	4	4,5%
Ditadura	55	45,1%	12	9,8%	4	3,3%
FHC	23	30,3%	6	7,9%	3	3,9%
Itamar	6	42,9%	3	21,4%	0	0,0%
Lula	23	24,2%	12	12,6%	0	0,0%
Sarney	69	44,8%	19	12,3%	3	1,9%
Temer	37	38,1%	6	6,2%	3	3,1%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>36,8%*</b>	<b>67</b>	<b>8,9%*</b>	<b>22</b>	<b>2,9%*</b>

\*Percentual calculado sobre o total de publicações do veículo.

#### 4.2.2 Abordagens periféricas

Para aferir possíveis temas secundários abordados pelas publicações, assinalou-se também a presença marginal das mesmas dimensões acima retratadas, abrindo a possibilidade de marcação múltipla (Tabela 17). O intuito foi captar com mais precisão a frequência de abordagem das temáticas, pois muitas inserções mencionavam, ao mesmo tempo, questões de diferentes âmbitos, ainda que algumas figurassem no texto de maneira tangencial.

A análise descritiva deste quesito descartou os resultados por veículos para reduzir a quantidade de dados e porque não foi possível traçar inferências mais contundentes dos resultados encontrados apenas com base nas variações entre a cobertura dos três jornais.

Ao considerar menções periféricas às questões institucionais, políticas, econômicas, sociocultural ou normativa, verifica-se que 28,9% das publicações retrataram exclusivamente o tema central, já quantificado no tópico anterior. Revela-se assim que a cada dez conteúdos sete abordaram mais de uma dimensão temática.

Os aspectos socioculturais foram os que apareceram em maior percentual nas abordagens periféricas, com 34,2% e destaque para a gestão FHC, na qual esteve presente em 43,2% das publicações. Os menores índices para esse quesito foram registrados nos governos Collor (26,5%) e Temer (29,3%).

A dimensão institucional também teve percentual significativo como aspecto secundário dos conteúdos, alcançando 28,9% de publicações. Atesta-se, portanto, a enorme relevância que a mídia comercial oferece às dinâmicas institucionais dos veículos públicos. Considerando tema central e secundário, a dimensão permeou 71,9% das publicações, além do dado de que em 13% das inserções o aspecto institucional foi o único tema discutido.

Já dimensão econômica ganhou relevância como aspecto periférico, apresentando-se dessa vez em 19,9% do material coletado. Por outro lado, a dimensão política, protagonista em 34% das publicações centrais, teve menor inserção como assunto secundário (13,9%). Por fim, os aspectos normativos permaneceram com baixa inserção na pauta secundária, com o percentual de 3%.

Na segmentação por governos, ressalta-se os picos de coberturas: de dimensão econômica na gestão Bolsonaro (35,3%); institucional e política no período Temer (42,8% e 20,7%, respectivamente) e normativa durante a ditadura (6,2%), além da ampla abordagem sociocultural no durante os anos FHC, mencionada acima.

**Tabela 17** – Dimensões temáticas: abordagens periféricas por período de governo

<b>Governo</b>	<b>Econômica</b>		<b>Institucional</b>		<b>Normativa</b>		<b>Política</b>		<b>Sociocultural</b>	
Bolsonaro	57	14,7%	99	25,5%	24	6,2%	37	9,5%	140	36,1%
Collor	50	13,9%	119	33,0%	6	1,7%	45	12,5%	112	31,0%
Dilma	43	22,8%	59	31,2%	4	2,1%	24	12,7%	50	26,5%
Ditadura	11	14,9%	16	21,6%	0	0,0%	12	16,2%	28	37,8%
FHC	54	18,8%	67	23,3%	6	2,1%	31	10,8%	124	43,2%
Itamar	121	21,7%	155	27,8%	11	2,0%	89	16,0%	186	33,4%
Lula	40	20,5%	47	24,1%	11	5,6%	33	16,9%	71	36,4%
Sarney	63	30,3%	89	42,8%	7	3,4%	43	20,7%	61	29,3%
Temer	24	35,3%	22	32,4%	0	0,0%	9	13,2%	23	33,8%
<b>Total</b>	<b>463</b>	<b>19,9%*</b>	<b>673</b>	<b>28,9%*</b>	<b>69</b>	<b>3,0%*</b>	<b>323</b>	<b>13,9%*</b>	<b>795</b>	<b>34,2%*</b>

Permite marcação múltipla

\*Percentual calculado sobre o total de publicações com abordagem periférica em cada um dos veículos analisados.

**Tabela 18** – Dimensões temáticas: abordagens periféricas não identificadas

<b>Governo</b>	<b>Não apresenta subtema</b>		<b>Outro subtema</b>	
Ditadura	129	33,2%	2	0,5%
Sarney	100	27,7%	1	0,3%
Collor	59	31,2%	1	0,5%
Itamar	24	32,4%	0	0,0%
FHC	76	26,5%	1	0,3%
Lula	164	29,4%	1	0,2%
Dilma	59	30,3%	2	1,0%
Temer	47	22,6%	3	1,4%
Bolsonaro	14	20,6%	1	1,5%
<b>Total</b>	<b>672</b>	<b>28,9%*</b>	<b>12</b>	<b>0,5%*</b>

Permite marcação múltipla

\* Percentual calculado sobre o total das 2.327 publicações nos três jornais analisados.

#### 4.2.3 Abordagens subtemáticas

A análise temática de segundo nível buscou diagnosticar com mais precisão as especificidades dos assuntos sobre a radiodifusão pública que as páginas dos três veículos mostravam. As categorias operacionais desse bloco foram construídas após leitura flutuante do material, que revelou as tendências de abordagens mais comuns para cada dimensão macro. Na aplicação do questionário, quando a dimensão institucional, política, normativa, sociocultural

ou econômica era assinalada, abria-se nova caixa de possibilidades subtemáticas para marcação. Esse consiste no grupo a ser descrito por este tópico, que também descartou os resultados segmentados por veículos, privilegiando o recorte geral e seus cruzamentos por governos.

De acordo com esse detalhamento subtemático, a maior parte dos conteúdos de natureza institucional faz referência a aspectos sobre a gestão ou sobre decisões administrativas de algum veículo público, com 68,8% das marcações. Neste ponto, há pouca oscilação na estratificação por governos, com variações próximas à média geral (entre 62,8% e 72,8%). A exceção foi a gestão Temer (51,5%) e o governo FHC (78,8%). Pontos sobre contratações, demissões, nomeações e organização de pessoal de emissoras públicas de comunicação foram pauta de 43% das menções institucionais. Nesse quesito, a gestão FHC teve desempenho abaixo da média geral, com 28,6% de publicações, tendência também seguida pela ditadura e pelos governos Itamar e Lula. Já durante o período de Bolsonaro e Temer os assuntos dominaram o debate, alcançando 61,5% e 76% das matérias.

Outro critério usualmente retratado pelos conteúdos institucionais foram as parcerias, convênios, licitações ou contratos envolvendo os veículos públicos de comunicação, presentes em aproximadamente um quarto dos textos publicados sobre essa dimensão. O número mais expressivo foi verificado durante a gestão FHC (35,5%), enquanto os governos Sarney, Lula, Itamar, ditadura e Dilma apresentaram percentuais próximos à média geral, variando entre 22,9% e 28%. Os governos Temer e Bolsonaro apresentaram esse perfil de abordagem em 14,6% e 19,9% das publicações.

O subtema menos abordado dentro do enfoque institucional são os aspectos associados à atuação ou às dinâmicas de conselhos, colegiados ou instâncias de participação e controle social dos veículos públicos, assinalados em 9,7% das matérias com a referida dimensão. Importante destacar que essas questões só se fizeram presentes na pauta da mídia comercial a partir do governo FHC (3,9%), uma vez que antes desse período o critério não alcançou 1% das publicações. Ressalva-se que o marco para a entrada efetiva deste subtema na pauta foi a criação da EBC, alcançando 22,1% das matérias de ênfase institucional publicadas durante o governo Lula e 21,6% nos anos de Dilma Rousseff. O assunto perde relevância na gestão Temer e cai para 15,8% das publicações e sob Bolsonaro reduz ainda mais, com 5,1% das inserções.

**Tabela 19** – Dimensão institucional: subtemas

Governo	Organização de pessoal		Gestão e decisões administrativas		Convênios, licitações e contratos		Instâncias de participação social		Outra	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	24	61,5%	27	69,2%	7	17,9%	2	5,1%	1	2,6%
Collor	83	55,0%	103	68,2%	30	19,9%	0	0,0%	1	0,7%
Dilma	70	47,3%	93	62,8%	36	24,3%	32	21,6%	3	2,0%
Ditadura	94	36,0%	190	72,8%	73	28,0%	2	0,8%	8	3,1%
FHC	58	28,6%	160	78,8%	72	35,5%	8	3,9%	1	0,5%
Itamar	16	33,3%	32	66,7%	11	22,9%	0	0,0%	1	2,1%
Lula	142	35,7%	275	69,1%	115	28,9%	88	22,1%	13	3,3%
Sarney	100	40,2%	179	71,9%	60	24,1%	2	0,8%	2	0,8%
Temer	130	76,0%	88	51,5%	25	14,6%	27	15,8%	7	4,1%
<b>Total</b>	<b>717</b>	<b>43,0%*</b>	<b>1147</b>	<b>68,8%*</b>	<b>429</b>	<b>25,7%*</b>	<b>161</b>	<b>9,7%*</b>	<b>37</b>	<b>2,2%*</b>

Permite marcação múltipla  
\* Percentual calculado sobre o total de conteúdos classificados com dimensão institucional

Em relação às abordagens com dimensão política, separou-se para a quantificação dois grupos subtemáticos: decisões e articulações políticas envolvendo os poderes Executivo e/ou Legislativo e autonomia ou independência política das emissoras. O primeiro ponto esteve presente em 86,3% das matérias com enfoque político. Durante a ditadura, 94,7% dos textos que contemplavam a temática política faziam menção ao quesito, também alto na gestão Sarney (93,5%), Collor (90,1%) e FHC (90,3%). Presença que se reduz nos governos Lula (79%) e Dilma Rousseff (60,3%).

Já a autonomia ou independência política dos veículos públicos de comunicação, presente em 25,9% das publicações sobre política, foi abordada em 8,8% das matérias do governo Collor com essa ênfase, em 8,9% durante a ditadura e em 10% da gestão Itamar. Ainda abaixo dessa média geral, ficaram a administração de FHC (14%) e Sarney (17,2%). Em contrapartida, a média é elevada nos governos Lula (36,6%), Dilma (50%), Temer (53%) e Bolsonaro (34%). Cabe ressaltar, pela leitura flutuante dos conteúdos, que tanto a alta das gestões de Rousseff e de seu sucessor carregam, de acordo com as abordagens dos veículos comerciais, uma herança de instrumentalização política que vem dos primeiros mandatos do Partido do Partido dos Trabalhadores. Ou seja, no geral a carga da pouca autonomia ou independência é imputada aos períodos petistas, sobretudo, na figura de Luiz Inácio Lula da Silva.

**Tabela 20** – Dimensão política: subtemas

Governo	Autonomia ou independência política		Decisões e articulações políticas		Outra	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	17	34,0%	44	88,0%	0	0,0%
Collor	8	8,8%	82	90,1%	7	7,7%
Dilma	34	50,0%	41	60,3%	5	7,4%
Ditadura	17	8,9%	180	94,7%	4	2,1%
FHC	13	14,0%	84	90,3%	4	4,3%
Itamar	4	10,0%	32	80,0%	5	12,5%
Lula	101	36,6%	218	79,0%	5	1,8%
Sarney	32	17,2%	174	93,5%	3	1,6%
Temer	62	53,0%	104	88,9%	1	0,9%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>25,9%*</b>	<b>959</b>	<b>86,3%*</b>	<b>34</b>	<b>3,1%*</b>

Permite marcação múltipla  
\* Percentual calculado sobre o total de conteúdos classificados com dimensão política

Sobre os aspectos econômicos, a maior concentração subtemática relacionou-se às questões que envolvem orçamento, investimento ou gasto público, representando 87,8% de todas as inserções daquela ênfase. No recorte por período de governo, as gestões Bolsonaro, Temer, Lula e Collor superaram a marca de 90% de seus textos econômicos com foco neste item, enquanto o menor percentual pertence ao governo Itamar (73,7%) das matérias.

A discussão sobre autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos públicos de radiodifusão é pauta de pouco destaque nos três veículos observados, agendada por apenas 13,5% dos conteúdos econômicos. Nesse aspecto, destaca-se a oscilação de cobertura entre os governos: não há referência ao assunto nas gestões Collor e Itamar, ele passa por apenas 3,3% das publicações econômicas sob Bolsonaro e chega ao patamar de 26,7% no período FHC. Na ditadura e nos governos Lula e Sarney os percentuais variam entre 15,8% e 18,3%.

As disputas por recursos provenientes da publicidade governamental ou privada também não aparecem como temática relevante nas abordagens dos três veículos, sendo pauta apenas de 7,9% das inserções de dimensão econômica. Mais uma vez, é possível verificar que a presença de determinadas agendas na cobertura da mídia comercial associa-se ao governante que ocupa o poder. Neste caso, o subtema não entrou na agenda nas gestões Itamar e Dilma, e obteve índices considerados inexpressivos nos governos Temer, Sarney, Collor e Bolsonaro (com variação de 2,8% a 4,7%). Os aspectos relacionados aos recursos de publicidade tiveram maior destaque no governo FHC (21,3%), na ditadura (14,5%) e no período Lula (8,6%).

Tabela 21 – Dimensão econômica: subtemas

Governo	Orçamento, investimento ou gasto público		Publicidade		Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira		Outra	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	29	96,7%	1	3,3%	1	3,3%	1	3,3%
Collor	51	92,7%	2	3,6%	0	0,0%	3	5,5%
Dilma	52	88,1%	0	0,0%	7	11,9%	5	8,5%
Ditadura	62	81,6%	11	14,5%	12	15,8%	5	6,6%
FHC	61	81,3%	16	21,3%	20	26,7%	3	4,0%
Itamar	14	73,7%	0	0,0%	0	0,0%	5	26,3%
Lula	160	91,4%	15	8,6%	30	17,1%	2	1,1%
Sarney	57	80,3%	2	2,8%	13	18,3%	11	15,5%
Temer	81	94,2%	4	4,7%	4	4,7%	4	4,7%
<b>Total</b>	<b>567</b>	<b>87,8%*</b>	<b>51</b>	<b>7,9%*</b>	<b>87</b>	<b>13,5%*</b>	<b>39</b>	<b>6,0%*</b>

Permite marcação múltipla  
\* Percentual calculado sobre o total de conteúdos classificados com dimensão econômica

Quanto às abordagens sobre a dimensão social e cultural, em 93,2% das ocorrências houve menção a programas, formatos, linguagens e produção de conteúdos dos veículos públicos de comunicação. Os percentuais mais elevados concentraram-se no governo Collor (98,3%), seguido da gestão Bolsonaro (96%) e Dilma (95,7%). Os textos da ditadura e dos governos FHC, Itamar, Lula e Sarney oscilaram próximo à média geral, entre 90,2% e 94,4%. Já as publicações sobre esse subtema ficaram abaixo da média na gestão Temer (88,2%).

Em seguida, o subtema mais abordado dentro da dimensão sociocultural relaciona-se ao papel social, aos objetivos, aos princípios e à missão da mídia pública, presente em 23,5% dos textos. Infere-se, portanto, que esse tipo de discussão não ganha ênfase nas páginas dos veículos analisados. O percentual com maior cobertura deste quesito foi observado durante a ditadura (36,8%) e no governo Lula (30,8%). As gestões Bolsonaro (24%) e Temer (21,1%) acompanham a média geral e os anos de Itamar (12,5%) e Sarney (13%) se posicionam bem abaixo da média.

Questões sobre aferição da audiência estiveram presente em 20,7% dos textos sobre a dimensão social e cultural. Dessa forma, registra-se que o debate sobre a audiência dos veículos públicos ganha, nas páginas dos três jornais analisados, praticamente o mesmo espaço de cobertura que o subtema relacionado aos princípios e objetivos da radiodifusão pública. Na segmentação por governos, a agenda da audiência foi pautada com menor intensidade nos governos Itamar (3,1%); Collor (8,5%) e Sarney (10,6%), ganhando relevância a partir do



governo FHC (22,8%), alcançou 25,8% durante os mandatos de Lula e oscilou para 23,9% na gestão Dilma. O governo de Michel Temer registrou o maior pico sobre a questão da audiência, com 44,7% dos textos que apresentaram dimensão sociocultural.

O debate sobre a participação da sociedade se mostrou pauta marginal na cobertura, com apenas 7,9% dos textos explorados pela dimensão sociocultural. O subtema não foi abordado durante o governo Bolsonaro e esteve presente em 5,1% das publicações do governo Collor. Os dados mais significativos foram verificados nas gestões FHC, Lula e Dilma, com aproximadamente 10% das matérias publicadas sobre essa questão.

**Tabela 22** – Dimensão social e cultural: subtemas

Governo	Produção de conteúdos		Participação da sociedade		Aferição de audiência		Princípios e objetivos	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	24	96,0%	0	0,0%	6	24,0%	6	24,0%
Collor	58	98,3%	3	5,1%	5	8,5%	10	16,9%
Dilma	88	95,7%	9	9,8%	22	23,9%	16	17,4%
Ditadura	147	90,2%	10	6,1%	25	15,3%	60	36,8%
FHC	159	95,2%	15	9,0%	38	22,8%	32	19,2%
Itamar	29	90,6%	2	6,3%	1	3,1%	4	12,5%
Lula	222	92,5%	24	10,0%	62	25,8%	74	30,8%
Sarney	152	94,4%	11	6,8%	17	10,6%	21	13,0%
Temer	67	88,2%	6	7,9%	34	44,7%	16	21,1%
<b>Total</b>	<b>946</b>	<b>93,2%</b>	<b>80</b>	<b>7,9%</b>	<b>210</b>	<b>20,7%</b>	<b>239</b>	<b>23,5%</b>

Permite marcação múltipla  
\* Percentual calculado sobre o total de conteúdos classificados com dimensão social e cultura

Como abordado anteriormente, as questões normativas estiveram presentes em apenas 6,4% de todo o material analisado, isto é, em 150 das 2.327 matérias analisadas. Nesta dimensão, a frequência maior foi das abordagens sobre legislação ou políticas públicas que regem o setor de radiodifusão, que alcançou 61,3% das publicações normativas. O assunto, embora marginal, apresentou forte oscilação na análise pelos períodos de governo, sem publicações nos anos de Itamar e Bolsonaro e com 14,3% na gestão Temer. Na outra ponta, alcançou 85,7% das inserções do governo Sarney e 87% da ditadura. Já as publicações no período FHC e Lula oscilaram próximo à média geral.

As decisões judiciais relacionadas à radiodifusão pública foi pauta em 34,7% das matérias que assinaladas pela dimensão normativa. A oscilação entre governos também foi considerável. Não houve inserções durante o governo Bolsonaro e os percentuais foram baixos

na ditadura (10,9%) e no governo Sarney (14,3%). As gestões Lula e FHC registraram índices próximos à média geral, com 31,8% cada. Na gestão Collor, o percentual sobe para 50% e alcança 66,7% no período em que Dilma esteve no poder. As duas matérias com temática normativa publicadas na administração de Itamar Franco foram classificadas nesta categoria.

**Tabela 23** – Dimensão normativa: subtemas

Governo	Legislação ou políticas públicas		Decisões judiciais		Outra	
	N	%	N	%	N	%
Bolsonaro	0	0%	0	0,0%	0	0%
Collor	3	50,0%	3	50,0%	0	0%
Dilma	7	29,2%	16	66,7%	1	4%
Ditadura	40	87,0%	5	10,9%	1	2%
FHC	14	63,6%	7	31,8%	2	9%
Itamar	0	0,0%	2	100,0%	0	0%
Lula	14	63,6%	7	31,8%	2	9%
Sarney	12	85,7%	2	14,3%	0	0%
Temer	2	14,3%	10	71,4%	2	14%
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>61,3%</b>	<b>52</b>	<b>34,7%</b>	<b>8</b>	<b>5%</b>

Permite marcação múltipla  
 \* Percentual calculado sobre o total de conteúdos classificados com dimensão normativa

#### 4.2.4 Análises dos títulos

Em perspectiva complementar à análise temática das publicações, propõe-se também um olhar para os títulos dos 2.327 conteúdos que compõem o *corpus*. Nesse caso, observou-se a frequência dos vocábulos<sup>13</sup>, identificando os mais utilizados e considerando os recortes geral, por veículos, por governos e por gêneros jornalísticos. Pelo dado geral (Figura 9), considerando todos os veículos e todos os 45 anos de publicações, a palavra “TV” (com 426 ocorrências) é a que mais aparece na contagem, mesmo sem agrupá-la com suas variantes “TVs” e “televisão” (com 26 e 20 ocorrências, respectivamente), que figuram entre os vocábulos com nível médio de aparição. Esse índice representa quase o dobro da segunda mais frequente: “Radiobrás” (com 221 ocorrências).

<sup>13</sup> Para a análise, não foram considerados conjunções, artigos entre outros conectivos e elementos que, isolados de contexto, não apresentam sentido lógico.

O dado é relevante pois reforça a tese de que a televisão é o meio mais visado pela mídia comercial quando retrata questões sobre a radiodifusão pública, talvez por considerá-la com maior potencial de alcance social, econômico e simbólico.

Destacam-se, também, de acordo com a porcentagem ponderada da frequência de palavras presentes nos títulos, “pública”, “EBC”, “governo”, “Brasil”, “rádio”, “cultura” e “presidente”, lista que contempla expressões com mais de 0,5% de aparições nas manchetes. Como veremos a seguir, no tópico das interpretações sobre os agentes protagonistas do campo da radiodifusão, nota-se a forte presença dos veículos públicos e representantes do poder político como enfoque das ações e abordagens.

**Figura 10** – Nuvem de palavras: títulos – geral



No recorte por gênero jornalístico, a predominância da TV sobre as demais palavras é ainda mais evidente nas publicações opinativas (Figura 10), aparecendo 110 vezes nos títulos observados, o que equivale à soma dos quatro vocábulos que seguem em maior frequência: “pública”, “Brasil”, “cultura” e “EBC” (com 37, 26, 24 e 23 ocorrências, respectivamente). No segmento de opinião, a Radiobrás (com 22 ocorrências) cai para a sexta colocação entre os termos mais citados.



Na segmentação por veículos, não há variação significativa em relação às palavras mais usadas, percebe-se diferenças sutis na concentração dos temas ou na frequência com que eles são abordados em cada veículo. Nos três casos, permanece a ênfase dada para a “TV”, sendo o meio mais visado pelo *Estadão* (com 173 ocorrências) e pelo *Globo* (126). Nesses dois jornais, a “Radiobrás” aparece em segundo lugar na contagem de palavras mais frequentes (80 no *Estadão* e 95 em *O Globo*), enquanto na *Folha* a empresa estatal aparece com a mesma contagem da “EBC” (46 ocorrências de cada palavra).

A Empresa Brasil de Comunicação, em sua sigla, é a sexta mais usada nos títulos d’*O Globo* (34 ocorrências) e a oitava no *Estadão* (26). Os vocábulos “pública”, “Brasil”, “governo” e “rádio” também aparecem na lista dos mais frequentes, alterando a posição na análise por veículos. O termo “cultura” tem relevo nas coberturas de *Estadão* (36) e *Folha* (33), provavelmente, pela cobertura da “TV Cultura” de São Paulo.

As observações referentes aos títulos das publicações levam à inferência, já notada em outros momentos da análise descritiva, que é alto o grau de homogeneidade temática entre os três jornais em relação à cobertura sobre a radiodifusão pública.

Por outro lado, o recorte por períodos de governos é a segmentação que revela as nuances mais significativas, e instigantes, das abordagens, elemento que sustenta a pertinência da opção metodológica adotada pela pesquisa de separar os ciclos políticos para as interpretações, e não focar nas diferenças de cobertura entre os veículos.

Na ditadura, há ênfase representativa nas menções à “Radiobrás” (100 ocorrências), em índice quase três vezes maior que a segunda palavra mais usada, “TV” (37 ocorrências) (Figura 12). As outras expressões que ganham relevo no recorte são “rádio” (30), “Secom” [Secretaria Especial de Comunicação Social] (18), “Quandt” [Euclides Quandt, ministro das Comunicações de Geisel] (17), “nacional” (13), “comunicações” (11), “educativa” (11), “Farhat” [Saïd Farhat, ministro da Comunicação Social do Figueiredo] (11), “presidente” (11), “projeto” (11), “ministro” (10), “rio” (10), “congresso” (9), “Figueiredo” (9) e “programação” (9).

Além da percepção do caráter oficialista das palavras mais mencionadas, constata-se que esse é o único período em que os nomes de ministros aparecem em primeiro plano, ou seja, entre os vocábulos com maior frequência.









**Figura 17** – Nuvem de palavras: títulos das publicações no governo FHC



Nos dois mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, há uma mudança de ênfase relevante para essa pesquisa: o vocábulo “pública” assume protagonismo nas abordagens (Figura 17). Até então, só havia figurado na lista das palavras mais mencionadas no governo FHC, ainda assim em posição de pouco destaque. Agora, passa a ocupar a segunda colocação, com 115 menções e atrás de “TV”, com 215.

Defende-se que essa alteração representa uma mudança de paradigma para a radiodifusão pública brasileira em nível federal, até então reconhecida apenas por suas associações educativas ou estatais. Embora a experiência da Fundação Padre Anchieta, sobretudo centrada na TV Cultura, tenha sido a raiz do conceito de “TV pública” nas páginas dos três jornais, nota-se que é a agenda de mobilização social e política para a criação da EBC e da TV Brasil, em 2007, que difunde a pauta de um modelo comunicacional notadamente público, ao menos em relação aos seus princípios e mesmo que predomine os constantes questionamentos da mídia comercial perante o “real” caráter público desses veículos. Ainda na gestão do petista, as outras palavras que ganham relevo são: “Brasil” (55), “Lula” (41), “governo” (33), “Radiobrás” (30), “EBC” (21), “conselho” (20), “rede” (20), “cultura” (17), “rádio (15) e “TVE” (15).







enxergam e se posicionam como instituições acima do poder político, responsável por denunciar os arbítrios deste último.

Entretanto, a autora completa: se a imprensa comercial tem o “dever de criticar o poder e os poderosos” (p. 136), quem contrapõe os argumentos dessa estrutura privada? Onde estão postas, ou problematizadas, as dinâmicas internas dessa atividade de natureza pública, o jornalismo, mas mediada majoritariamente e hegemonicamente por agentes privados? Ou ainda: “como podem os empresários jornalistas exercer, de forma independente, o dever da crítica se estão ligados, por vínculos múltiplos e interesses diversos, a indivíduos e grupos cujos atos têm que denunciar?”.

O ponto importante a ressaltar, para esta pesquisa, é que se há problemas nas dinâmicas e rotinas da mídia pública, o mesmo ocorre com os meios comerciais, no entanto, no último caso a pauta fica oculta, diferentemente do primeiro. Em um campo em concorrência, e não em coexistência como apregoa a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal prevista pela Constituição Federal, a disputa posta envolve quais agentes têm mais legitimidade para ler e narrar o que ocorre na sociedade. A função pública do jornalismo exercido pela grande imprensa acaba sendo reconhecida, já a dos veículos públicos de comunicação, em geral, não.

Os empresários e jornalistas atuam na esfera privada orientados pela lógica do lucro. Enfrentam os concorrentes com todas as armas de que dispõem: notícias, opiniões, atrativos diversos para atender a todos os gostos. No entanto, essa empresa que visa o lucro põe à venda no mercado uma mercadoria muito particular: a mercadoria política. Nesse tipo de negócio é que se entrelaçam o público e o privado. Há uma mescla de direitos: os dos cidadãos se confundem com os do dono do jornal. Os limites entre um e outro são muito tênues. (CAPELATO, 1991, p. 136).

Neste aspecto que reside uma das hipóteses desta tese, os veículos comerciais<sup>15</sup> lançam mão de uma violência simbólica contra a mídia pública para ampliarem sua posição de agentes dominantes no campo midiático e, com isso, aumentarem o poder simbólico do monopólio da verdade dos fatos. Essa questão será aprofundada no capítulo seguinte quando os operadores simbólicos usados para qualificar ou desqualificar o serviço público de rádio e televisão serão investigados em suas particularidades.

---

<sup>15</sup> Embora essa pesquisa analise exclusivamente os argumentos dos jornais impressos, representantes de um segmento específico da chamada grande mídia comercial, entende-se que a atuação desses veículos é bastante semelhante à dos grupos empresariais que compõem o sistema de radiodifusão comercial, pois todos eles localizam-se no mesmo polo de atuação, o dominante. Dessa forma, o exercício de generalização proposto por Bourdieu (1989) é válido e esse estudo assume que as lógicas gerais que regem as dinâmicas e argumentos dos três jornais analisados se estende, em âmbito genérico, para o campo midiático comercial.

### ***4.3 Mapeamento dos agentes: visibilidade e relações de poder***

Para o tópico que fecha essa seção e para as análises do capítulo seguinte, optou-se por segmentar o *corpus* e investigar apenas as notícias, reportagens, editoriais, artigos, crônicas e críticas, pois a leitura flutuante das publicações identificou que os demais formatos jornalísticos não conseguiriam contemplar, a contento, a complexidade do questionário elaborado para as observações referentes aos agentes e aos operadores simbólicos da radiodifusão.

Esse agrupamento operacional complementa o mapeamento das fontes ouvidas pelos veículos comerciais investigados, mencionado acima quando se traçou o perfil jornalístico da cobertura. Aqui, o objetivo é identificar quais agentes são reconhecidos pela grande imprensa como mobilizadores das forças do campo da radiodifusão pública mesmo quando eles não possuem espaço de fala nos conteúdos. Assim, foram identificados e quantificados os agentes ou agências mencionados pelas publicações na condição de temas ou sujeitos da ação retratada quando eles ocupam a posição central em cada abordagem.

Considerando o conjunto dos três jornais analisados (Tabela 24), apenas quatro perfis alcançaram dois dígitos de representatividade na posição de protagonistas das ações tematizadas pelas publicações: os órgãos ou instituições vinculadas ao Poder Executivo federal ou estadual (14,8%), o chefe do Executivo estadual ou federal (13,9%), a Radiobrás ou algum de seus veículos (12,6%) e a EBC (10,5%). Os quatro grupos somados concentraram 51,8% do protagonismo dos conteúdos veiculados no período analisado, mostrando o poder catalisador que eles possuem na pauta da mídia comercial.

Em seguida, aparecem TV Cultura de São Paulo (7,1%), TVE do Rio de Janeiro e outros veículos públicos, educativos, estatais ou universitários (3,7%). Significa que quase três quartos da cobertura da imprensa comercial têm como protagonista das ações tematizadas algum desses agentes ou instituições.

Em relação aos índices expressivos da EBC e da Radiobrás, vale ressaltar que a última existiu por 32 anos enquanto a Empresa Brasil de Comunicação foi criada há 14 anos e ao percentual reservado a esta instituição ainda se soma o desempenho dos seus veículos, como é o caso da TV Brasil (6,7%) e das rádios MEC e Nacional (1,4%). Ilustrativamente, o cálculo apresentado é baseado no período total analisado, quando se considera apenas o tempo de existência da EBC o seu “índice de protagonismo” sobe para 35,4% das publicações referentes ações dos anos em questão.

Se somar os índices alcançados pelos veículos geridos pela EBC e presentes no questionário, o percentual sobe para 61,4%. Comparativamente, a mesma leitura aplicada ao

sistema Radiobrás, seu protagonismo alcança 19,1% dos conteúdos durante o período em que existiu.

Novamente, é possível atestar que a EBC não só ampliou a visibilidade das questões que envolvem a radiodifusão pública como capitaneou boa parte da atenção da mídia comercial sobre o tema, que passou a considerar a empresa pública como agente protagonista do campo público da radiodifusão.

Pondera-se ainda que o intuito de separar no questionário de coleta os veículos da EBC e os veículos da Fundação Padre Anchieta, por exemplo, foi identificar quais canais possuem maior força nas abordagens. Confirmando as suspeitas, constata-se que as televisões públicas, tanto a TV Brasil quanto a TV Cultura, ganham mais visibilidade pela mídia comercial quando comparada a outros veículos do mesmo grupo, como as rádios.

**Tabela 24** – Agentes e agências protagonistas das publicações: geral

(continua)

<b>Agentes ou agências protagonistas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Veículos públicos de radiodifusão</b>		
Radiobrás ou seus veículos	179	12,6%
EBN	1	0,1%
EBC	149	10,5%
TV Brasil	95	6,7%
TV Brasil Internacional	4	0,3%
Agência Brasil	2	0,1%
TV NBR	7	0,5%
Rádios MEC ou Nacional	20	1,4%
TV Cultura de SP	101	7,1%
Fundação Padre Anchieta	7	0,5%
Rádio Cultura de SP	2	0,1%
TVE do Rio de Janeiro	53	3,7%
FCBTVE ou Funtevê	12	0,8%
Acerp	5	0,4%
Outros veículos públicos	52	3,7%

(continua)

**Tabela 24** – Agentes e agências protagonistas das publicações: geral

(conclusão)

<b>Agentes ou agências protagonistas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Veículos comerciais de radiodifusão</b>		
Radiodifusores, empresários e representantes da mídia comercial	25	1,8%
<b>Poder político</b>		
Órgãos do Poder Executivo	210	14,8%
Chefe do Executivo	198	13,9%
Políticos com mandato	19	1,3%
Políticos sem mandato	4	0,3%
Poder Legislativo	45	3,2%
<b>Justiça</b>		
Poder Judiciário	13	0,9%
Membros do STF	2	0,1%
Outros representantes do sistema de Justiça	1	0,1%
<b>Especialistas</b>		
Pesquisadores, professores, técnicos	33	2,3%
<b>Sociedade Civil</b>		
Movimentos civis organizados	3	0,2%
Cidadão	2	0,1%
Agências ou instituições reguladoras	0	0,0%
Sem destaque a agentes ou instituições	68	4,8%
Outro	108	7,6%
<b>Total</b>	<b>1420</b>	<b>100,0%</b>

Enquanto os seis principais agentes ou agências concentraram aproximadamente dois terços do protagonismo da pauta da mídia comercial sobre a radiodifusão pública (Tabela 25), 15 agentes discriminados no questionário não alcançaram 1% do total de marcações e em conjunto somam apenas 4,6% do protagonismo de todas as publicações. A lista reúne Poder Judiciário, FCBTVE ou Funtevê, Fundação Padre Anchieta, TV NBR, Acerp, políticos sem mandato, TV Brasil Internacional, movimentos civis organizados, Agência Brasil, cidadão, membros do STF, Rádio Cultura de SP, EBN, juízes, desembargadores, advogados ou outros representantes do sistema de Justiça e agências ou instituições reguladoras.

Os segmentos que alcançaram percentuais médios de destaque nas publicações reúnem sete agentes ou instituições: TVE do Rio de Janeiro (3,7%), outros veículos públicos, educativos, estatais ou universitários (3,7%), Poder Legislativo (3,2%), fontes especializadas (2,3%), radiodifusores, empresários do setor, veículos e representantes da mídia comercial (1,8%), rádios MEC ou Nacional (1,4%) e políticos com mandato (1,3%). Desses, os três primeiros concentraram (10,6%) do protagonismo da pauta restando 6,8% para os demais



agentes ou instituições analisadas. Já a categoria “outro” agente ou instituição protagonista alcançou 7,6% das publicações, enquanto menos de 5% dos textos não deu destaque a agentes ou instituições.

Ao agrupar os agentes que representam o mesmo segmento, confirma-se que os veículos públicos estão no centro das ações reportadas pelos veículos comerciais, com quase metade (48,5%) do percentual de protagonismo das publicações. O poder político aparece logo em seguida, com 33,5% da tematização central de agentes e instituições.

Os outros seguimentos, conforme retratado acima, possuem participação residual nas abordagens, com as fontes especializadas chegando a 2,3%; os veículos comerciais, 1,8%; representantes do sistema de Justiça, 1,1%; e sociedade civil, 0,4%.

**Tabela 25** – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por grupos

<b>Grupos protagonistas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Veículos públicos	689	48,5%
Poder político	476	33,5%
Especialistas	33	2,3%
Veículos comerciais	25	1,8%
Justiça	16	1,1%
Sociedade civil	5	0,4%
Sem destaque	68	4,8%
Outro	108	7,6%
<b>Total</b>	<b>1420</b>	<b>100,0%</b>

Segmentando as análises por períodos (Tabela 26) de governos, o agente com maior protagonismo na imprensa comercial (órgãos ou instituições vinculadas ao Poder Executivo) obteve maior destaque no período da ditadura (34,7%). O perfil também teve papel importante nos governos Bolsonaro (28,2%) e Itamar (23,5%) e figurou entre os três agentes ou instituições protagonistas nas gestões de José Sarney (15,3%) e de Dilma Rousseff (9,5%). Por outro lado, teve menor relevância no período governado por Temer (4,8%) e Collor (6,9%).

A figura do chefe do executivo, segundo colocado geral entre os protagonistas das ações tematizadas pela grande imprensa comercial, assume a dianteira no governo Sarney, alcançando 24,7% das publicações do período, em índice próximo ao verificado na gestão Collor 23,8%. Presidentes e governadores também tiveram desempenho acima da média geral sob Bolsonaro

(18%) e Michel Temer (19,2%). Já na Ditadura apenas 5,6% das matérias apresentavam essa característica, próximo ao patamar de 7,8% detectado sob o governo Dilma, sendo esses os dois períodos com menor foco nos chefes de governo. Enquanto nos governos Itamar, FHC e Lula, os valores detectados oscilam entre 11,8% e 12,6% dos textos publicados.

A Radiobrás ou algum dos veículos de comunicação a ela associado foi o agente protagonista em 12,6% de todas as publicações, sendo que chegou a 25,7% do material publicado durante o governo Collor e marcou 25,1% na ditadura. A participação da Radiobrás manteve relevância até a administração FHC, com números próximos a média geral: Sarney (14,7%), Itamar (11,8%) e FHC (15,5%). Mesmo após o surgimento da EBC e a extinção da Radiobrás, em 2007, ela ainda continua sendo mencionada, assinalando 7,1% nos dois mandatos Lula e 1,7% nas gestões de Dilma Rousseff. Nos governos Bolsonaro e Temer não houve menção ao sistema Radiobrás.

A partir da segunda gestão Lula, a EBC surge e já ocupa a segunda posição geral de menções, somando 12,9% do protagonismo das publicações. Esse índice cresce para 29,3% dos conteúdos durante o governo Dilma e alcança 51,9% no período de Michel Temer na presidência. Protagonismo que perde força na gestão Bolsonaro, ainda assim acima da média geral, período no qual a EBC aparece como destaque de 20,5% das publicações.

A TV Cultura de São Paulo foi a instituição preferencial no mandato de FHC, concentrando o protagonismo de 20,7% das matérias. Ainda contou com destaque pouca acima da média durante a gestão Dilma, na qual figurou em 8,6% das publicações e alcançou 10,3% do protagonismo nos textos publicados durante o governo Bolsonaro. Por outro lado, a ênfase não chegou a 3% das matérias da ditadura e na administração Itamar, além de registrar percentuais baixos no governo Temer (3,8%) e Lula (5,6%). Antecipa-se que o capítulo seguinte faz uma análise pormenorizada sobre os argumentos qualificadores e desqualificadores em relação à TV Cultura, que apareceu no *corpus* de pesquisa sobretudo por meio das palavras-chave “tv pública” e “televisão pública”, pois esse recorte estadual não integrava o escopo da pesquisa a princípio. Todavia, foi mantido na amostra final pois a partir dele será possível traçar um comparativo de abordagens da mídia comercial em relação aos dois perfis de veículos públicos: de âmbito estadual, sob a gestão de governos alinhados às posturas liberais dos três jornais analisados, e de âmbito federal, em suas nuances históricas com vieses ora mais estatal ora mais educativo e ora mais público, que permeiam ciclos de governos analisados. O intuito é observar se há diferenças na utilização desses operadores simbólicos tanto em relação à cobertura que enfocam esses agentes quanto às associações construídas com o poder político vigente.

A TV Brasil também aparece no *corpus* com protagonismo significativo. No segundo mandato de Lula, assume o posto de principal instituição protagonista das publicações dos veículos analisados, com 18% do total dos conteúdos deste recorte. Na gestão Dilma, esses índices caíram para 12,9%, mas ainda acima da média geral verificada para a tv pública (6,7%). Contudo, nas gestões Temer e Bolsonaro há uma perda de interesse por esse protagonismo da TV Brasil e os percentuais alcançam 4,8% e 2,6% das inserções, respectivamente.

**Tabela 26** – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por governos

(continua)

<b>Governo/ protagonista</b>	<b>Ditadura</b>	<b>Sarney</b>	<b>Collor</b>	<b>Itamar</b>	<b>FHC</b>	<b>Lula</b>	<b>Dilma</b>	<b>Temer</b>	<b>Bolsonaro</b>
EBC <sup>1</sup>	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,6%	33,3%	42,2%	56,7%	23,1%
Radiobrás <sup>2</sup>	25,5%	14,7%	25,7%	11,8%	15,5%	7,1%	1,7%	0,0%	0,0%
Cultura (SP) <sup>3</sup>	3,6%	6,8%	4,0%	2,9%	21,8%	6,1%	10,3%	3,8%	10,3%
FCBTVE, Funtevê, Acerp	2,4%	3,7%	1,0%	0,0%	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	2,6%
TVE do Rio	2,0%	4,7%	9,9%	8,8%	5,7%	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros veículos públicos	0,8%	1,6%	5,9%	5,9%	6,3%	6,1%	0,9%	1,0%	2,6%
Rádios MEC ou Nacional	2,4%	0,5%	2,0%	2,9%	0,0%	1,2%	2,6%	1,0%	2,6%
Radiodifusores, empresários e mídia comercial	2,0%	2,6%	1,0%	0,0%	1,7%	1,5%	3,4%	1,0%	0,0%
Órgãos do Poder Executivo	34,7%	15,3%	6,9%	23,5%	8,6%	9,0%	9,5%	4,8%	28,2%
Chefe do Executivo (estadual ou federal)	5,6%	24,7%	23,8%	11,8%	12,6%	12,4%	7,8%	19,2%	17,9%
Políticos	0,4%	4,7%	2,0%	2,9%	0,6%	1,5%	0,9%	1,9%	0,0%
Poder Legislativo (estadual ou federal)	2,4%	4,7%	3,0%	5,9%	2,3%	4,4%	2,6%	0,0%	0,0%
Representantes do sistema de Justiça <sup>4</sup>	0,4%	1,6%	1,0%	2,9%	3,4%	0,2%	0,0%	1,9%	2,6%
Pesquisadores, professores, técnicos	2,0%	2,6%	1,0%	0,0%	3,4%	2,9%	2,6%	0,0%	2,6%

(continua)

**Tabela 26** – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por governos

(conclusão)

<b>Governo/ protagonista</b>	<b>Ditadura</b>	<b>Sarney</b>	<b>Collor</b>	<b>Itamar</b>	<b>FHC</b>	<b>Lula</b>	<b>Dilma</b>	<b>Temer</b>	<b>Bolsonaro</b>
Cidadão ou Movimentos civis organizados	0,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	2,6%
Sem destaque para agentes ou instituições	6,0%	3,7%	1,0%	2,9%	8,0%	4,9%	6,0%	2,9%	0,0%
Outro	9,6%	7,4%	9,9%	17,6%	8,0%	5,1%	9,5%	5,8%	5,1%
<b>Total</b>	<b>17,70%</b>	<b>13,40%</b>	<b>7,10%</b>	<b>2,40%</b>	<b>12,30%</b>	<b>28,90%</b>	<b>8,20%</b>	<b>7,30%</b>	<b>2,70%</b>

1 - Inclui EBC, TV Brasil, TV Brasil Internacional, TV NBR e Agência Brasil.  
2 - Inclui a EBN  
3 - Inclui Fundação Padre Anchieta e Rádio Cultura de SP  
4 - Inclui Membros do STF, Juizes, desembargadores, advogados ou outros representantes do sistema de Justiça

Agrupando os agentes que representam o mesmo segmento, nota-se que os veículos públicos aumentam seu protagonismo nas abordagens comerciais a partir do governo FHC (50,6%) e chega ao seu ápice na gestão Temer (62,5%), enquanto os comerciais têm o seu pico de protagonismo na gestão Temer (3,4%). À medida que a mídia pública ganha espaço nas páginas dos jornais o poder político perde força, como percebe-se nas gestões de FHC a Temer, que registram os menores índices de protagonismo desta categoria, voltando a crescer com Bolsonaro (46,2%). Os outros grupos seguem com representação mínima na cobertura midiática, independente do governo abordado.

**Tabela 27** – Protagonismo dos agentes e instituições: segmentação por grupos e por governos

<b>Grupos protagonistas</b>	<b>Ditadura</b>	<b>Sarney</b>	<b>Collor</b>	<b>Itamar</b>	<b>FHC</b>	<b>Lula</b>	<b>Dilma</b>	<b>Temer</b>	<b>Bolsonaro</b>
Veículos públicos	36,7%	32,1%	50,5%	32,4%	50,6%	57,9%	57,8%	62,5%	41,0%
Veículos comerciais	2,0%	2,6%	1,0%	0,0%	1,7%	1,5%	3,4%	1,0%	0,0%
Poder político	43,0%	49,5%	35,6%	44,1%	24,1%	27,3%	20,7%	26,0%	46,2%
Justiça	0,4%	1,6%	1,0%	2,9%	3,4%	0,2%	0,0%	1,9%	2,6%
Sociedade civil	0,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	2,6%
Especialistas	2,0%	2,6%	1,0%	0,0%	3,4%	2,9%	2,6%	0,0%	2,6%
Sem destaque	6,0%	3,7%	1,0%	2,9%	8,0%	4,9%	6,0%	2,9%	0,0%
Outro	9,6%	7,4%	9,9%	17,6%	8,0%	5,1%	9,5%	5,8%	5,1%

Os dados levantados por esse tópico corroboram com algumas tendências identificadas nas análises anteriores. Entre elas, o destaque da EBC na cobertura da mídia comercial, a ênfase nos agentes ou instituições do poder político e a pouca representatividade de outros segmentos sociais na discussão sobre o serviço de radiodifusão pública. De maneira mais segmentada, observa-se que a TV Brasil e a TV Cultura se sobressaíram entre os veículos que compõem o sistema público de radiodifusão, sendo que a emissora paulista foi bastante tematizada nos anos do governo Fernando Henrique Cardoso. O período coincide com os últimos anos de auge histórico dessa emissora, referência no campo público de comunicação até então. As análises seguintes irão responder aos questionamentos sobre como os três jornais operam os elementos qualificadores e desqualificadores da mídia pública, se há diferença de abordagens a depender dos governos ou dos agentes que compõem o serviço de radiodifusão pública.

## Capítulo 5 – Operadores simbólicos da radiodifusão pública: argumentos e crenças construídos pela mídia comercial

A presente pesquisa compreende a radiodifusão como um campo, que metaforicamente consiste em um espaço determinado, regido por um conjunto de regras explícitas e tácitas. Um jogo no qual os seus participantes, concorrentes, visam “prêmios” específicos, e a busca por esses “lucros” é o que mobiliza este universo. No plano prático, essa luta concorrencial envolve disputas materiais e simbólicas. O primeiro caso centraliza-se no capital econômico, que engloba aspectos financeiros diretos e indiretos, como recursos advindos da publicidade privada ou estatal; investimentos do mercado e do Estado em infraestrutura de operações, parques tecnológicos e equipamentos; e lucros monetários da exploração comercial do serviço. Vinculadas ao capital econômico, porém não exclusivamente dependentes dele, estão as disputas simbólicas, construídas pelas relações de influência e poder dos agentes do campo (*capital social*) e pela luta entorno do monopólio da representação da verdade objetiva, ou seja, pelo controle do poder de pautar e conformar temas, argumentos e padrões, dentro e fora do universo da radiodifusão pública (*capital cultural*). A mobilização desigual de capitais, em geral concentrada em determinados grupos, funcionam como instrumento de poder, e é isso que Bourdieu (1989) denomina de poder simbólico.

Neste capítulo, objetiva-se mapear como a mídia comercial mobiliza argumentativamente esse conjunto de capitais ao retratar os temas da radiodifusão pública, buscando desvelar as nuances de uso desse poder simbólico dos veículos de comunicação observados e em quais circunstâncias eles difundem, naturalizam e inculcam crenças que deslegitimam o serviço público de radiodifusão, prática que se configura em violência simbólica. A hipótese a ser confirmada ou refutada é a de que, para além lucros materiais que estão em jogo, a imprensa comercial atua para ampliar seu exercício de poder simbólico, transferir reconhecimento, prestígio e autoridade ao segmento comercial e garantir a concentração dos capitais econômico, cultural, social e simbólico neste polo dominante.

Para mapear essa mobilização argumentativa, este estudo construiu um instrumento de coleta com uma lista de “operadores simbólicos da radiodifusão pública”, composto por 30 características que qualificam e 34 que desqualificam as emissoras públicas de radiodifusão e suas práticas<sup>1</sup>. Os pontos do questionário foram aplicados nas 1.420 notícias, reportagens, entrevistas, editoriais, artigos, críticas e crônicas, 61% do total do *corpus*. Devido ao

---

<sup>1</sup> Os critérios adotados para a definição destes operadores estão detalhados no *Capítulo 3* desta tese.

significativo volume de dados gerados pela coleta, optou-se por recortes mais específicos e qualitativos para o capítulo. As análises segmentadas por veículo, por exemplo, foram descartadas. Porém, a base será usada em estudos futuros.

### ***5.1 Presença de operadores simbólicos nas publicações***

Essa seção identifica como as características de tendência positiva ou de tendência negativa estão distribuídas quantitativamente entre as notícias, reportagens, entrevistas, artigos, editoriais, crônicas e críticas. Inicialmente, o foco do levantamento foi mapear quais conteúdos apresentam apenas um perfil de operador, os dois ou nenhum. Depois, filtrou-se as análises pelos períodos de governos e pelo índice de concentração desses elementos em cada ciclo temporal.

Das 1.420 publicações, 335 não apresentaram qualificadores ou desqualificadores, o equivalente a 23,6% das inserções (Tabela 28 e 29). Quer dizer que mais de três quartos (76,4%) dos conteúdos mapeados por este recorte apresentam algum operador simbólico da radiodifusão pública. Assim, atesta-se que os três veículos analisados constantemente lançam mão de argumentos positivos e negativos para retratar o serviço de radiodifusão pública em suas páginas.

Na segmentação por governos, a gestão de Michel Temer é o que proporcionalmente mais apresenta textos com pelo menos um operador simbólico, 93,3% e 17 pontos percentuais à frente do índice total dos nove ciclos políticos (Tabela 28). Retomando as análises descritivas, o governo do emedebista registrou a menor média de dias por publicação e o primeiro ano de seu mandato (2016) registrou o segundo maior pico de notícias sobre a radiodifusão pública. Logo, um dos períodos de maior efervescência da pauta sobre a radiodifusão pública coincide com o aumento significativo da presença de características qualificadoras ou desqualificadoras no debate da mídia comercial. Tendência que segue de maneira menos acentuada para os outros governos desde Lula, cujo percentual de abordagens com algum elemento simbólico supera a casa dos 80%. Por outro lado, Sarney (63,2%) e Itamar (64,7%) alcançam os menores índices de publicações referentes a este segmento de análise.

**Tabela 28** – Publicações que apresentam ao menos um operador simbólico

<b>Governo</b>	<b>Conteúdos com qualificadores ou desqualificadores</b>	
	N	%
Ditadura	176	70,1%
Sarney	120	63,2%
Collor	72	71,3%
Itamar	22	64,7%
FHC	139	79,9%
Lula	332	80,8%
Dilma	95	81,9%
Temer	97	93,3%
Bolsonaro	32	82,1%
<b>Total</b>	<b>1.085</b>	<b>76,4%</b>

**Tabela 29** - Publicações sem operadores simbólicos

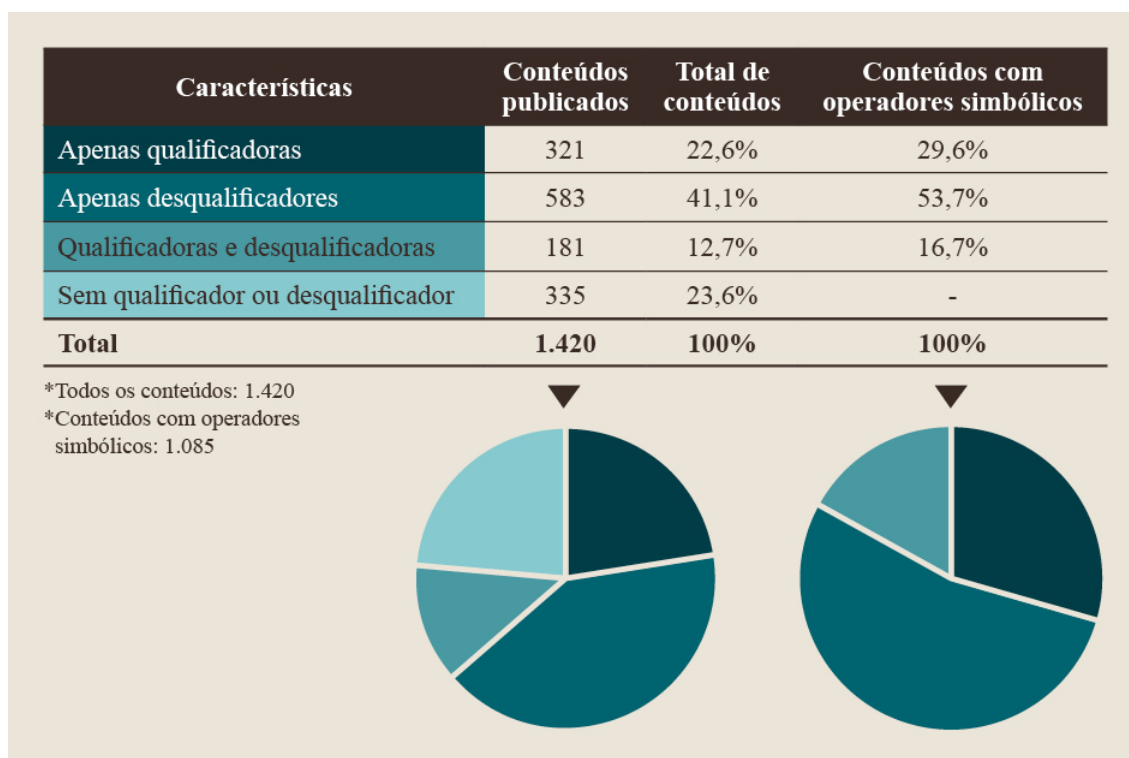
<b>Governo</b>	<b>Conteúdos sem qualificadores ou desqualificadores</b>	
	N	%
Ditadura	75	29,9%
Sarney	70	36,8%
Collor	29	28,7%
Itamar	12	35,3%
FHC	35	20,1%
Lula	79	19,2%
Dilma	21	18,1%
Temer	7	6,7%
Bolsonaro	7	17,9%
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>23,6%</b>

Ainda considerando o total geral de notícias, reportagens, entrevistas, crônicas, críticas, editoriais e artigos, observa-se que 41,0% mobilizam apenas elementos desqualificadores, enquanto qualificadores estão presentes de forma exclusiva em 22,6% dos textos. Só 12,7% das publicações trazem menções positivas e negativas no mesmo espaço. Excluindo as publicações

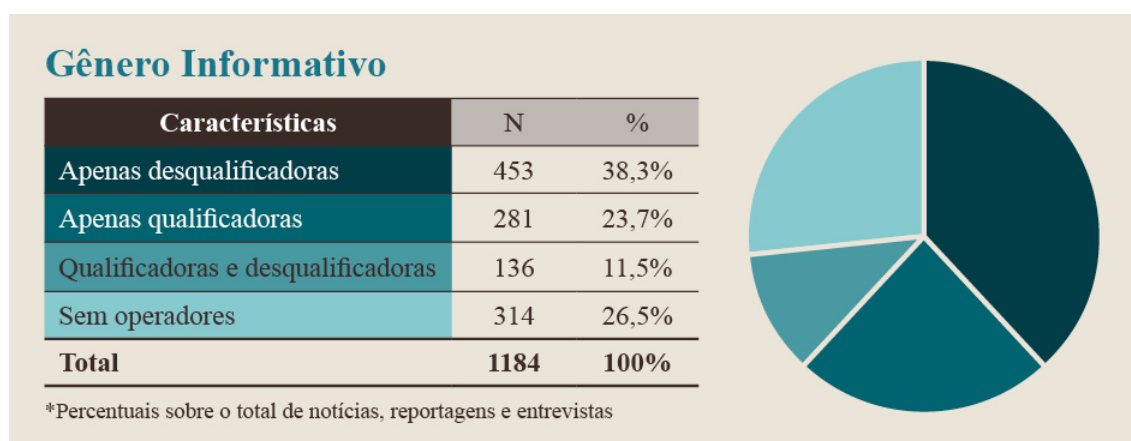


sem elementos desta natureza, mais da metade (53,6%) dos conteúdos analisados só apresentam desqualificadores, enquanto 29,6% trazem apenas qualificadores e 16,8% elencam os dois elementos.

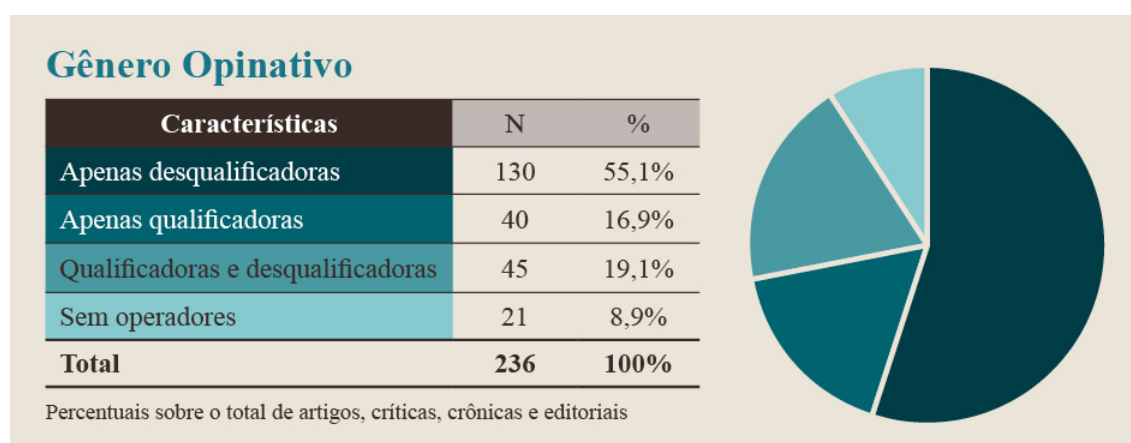
**Tabela 30** – Presença de operadores simbólicos nas publicações



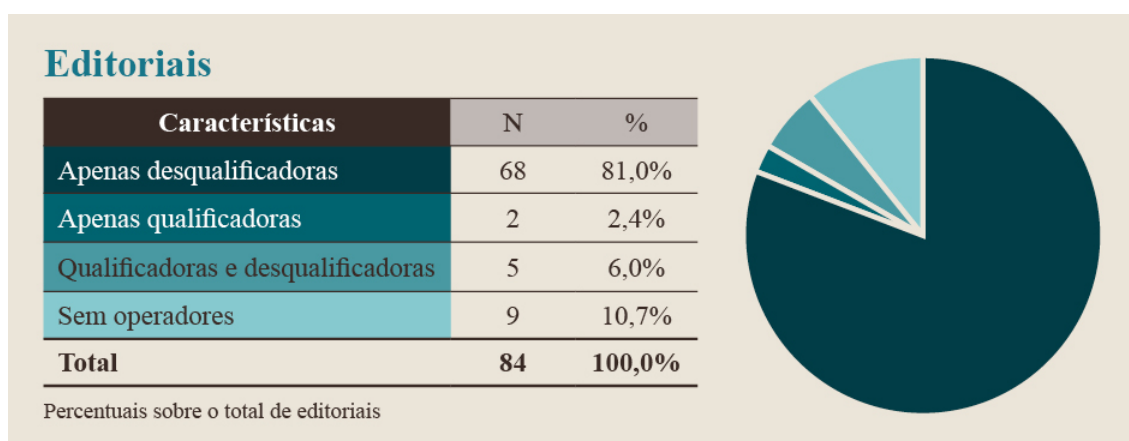
Quando se considera apenas as publicações do gênero informativo – conteúdos que seguindo a lógica da imparcialidade, neutralidade e objetividade jornalísticas deveriam oferecer coberturas mais “equilibradas” ou que garantam mais espaço para o contraditório – há uma redução no índice de textos que apresentam apenas características desqualificadoras, mas ainda assim eles representam mais de um terço (38,3%) das notícias, entrevistas e reportagens. Por outro lado, 23,7% das inserções noticiosas evocam apenas elementos que qualificam a radiodifusão pública enquanto 11,5% fazem referência a ambos os operadores. Já o percentual de conteúdos sem aspectos que positivam ou negativam a mídia pública das matérias informativas alcança 26,5%.

**Tabela 31** – Presença de operadores simbólicos nas publicações: gênero informativo

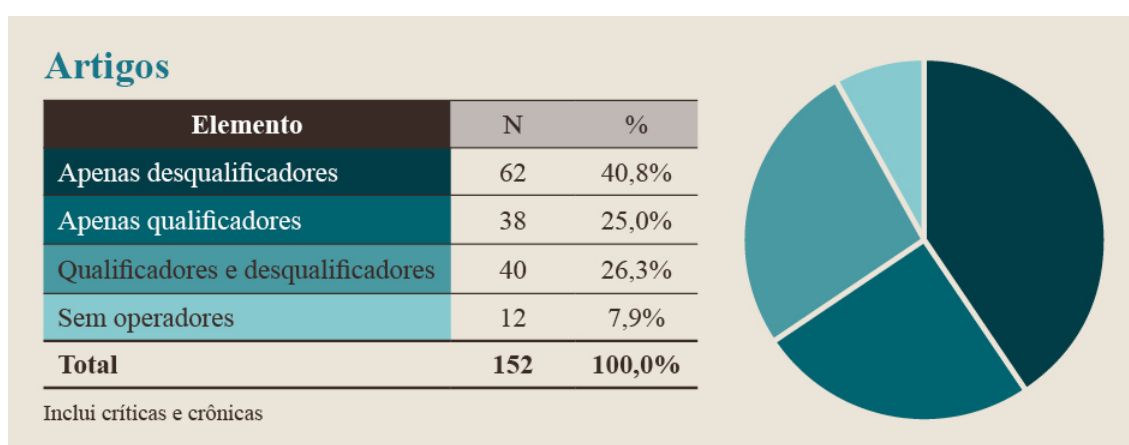
A proporção se altera significativamente quando o recorte enfoca as publicações do gênero opinativo. Dessas, 55,1% reportam apenas características desqualificadoras da radiodifusão pública enquanto os qualificadores estão presentes de forma exclusiva em 16,9% dos textos deste grupo. Cerca de um quinto dos artigos, críticas, crônicas e editoriais (19,1%) trazem aspectos considerados positivos e negativos e 8,9% não apresentam operadores simbólicos.

**Tabela 32** – Presença de operadores simbólicos nas publicações: gênero opinativo

Deste grupo, a observação dos editoriais é a que mais chama a atenção: 81% deste formato apresentam apenas características que desqualificam a mídia pública. As qualificadoras, por sua vez, estão presentes de forma exclusiva somente em dois textos do grupo, dos 84 analisados, o que representa 2,4%. Outros cinco (6%) trazem qualificadores e desqualificadores e nove (10,7%) não mencionam os operadores analisados.

**Tabela 33** – Presença de operadores simbólicos nas publicações: editoriais

Pode-se dizer, portanto, que quando a imprensa comercial retrata a radiodifusão pública em seus editoriais, os aspectos de carga simbólica negativa são majoritariamente e frequentemente lembrados. Frisa-se que este é o espaço mais nobre (CAPELATO, 1991) desses veículos, no qual eles assumem seus posicionamentos institucionais perante os assuntos que permeiam a vida política, social, econômica e cultural. Para efeito de comparação, no grupo dos artigos, crônicas e críticas, 40,8% dos textos mostram apenas operadores desqualificadores, 25% trazem somente qualificadores, 26,3% ambas as características e 7,9% não abordam os elementos analisados.

**Tabela 34** – Presença de operadores simbólicos nas publicações: artigos

Pelo filtro de cada governo, é na ditadura em que se concentra o maior percentual de publicações em que só aparecem qualificadores, 30,7%, seguida do mandato de FHC (29,9%) (Tabela 35). Ainda acima da média geral (22,6%), ficaram as publicações dos mandatos de Sarney (23,7%) e Itamar (26,5%). No período Collor, 21,8% das inserções são exclusivamente

com características consideradas positivas. O governo Lula também se posiciona ligeiramente abaixo da média (21,4%), sendo que um terço destas publicações são de 2007, bojo dos debates de criação da EBC. Cabe destacar que, ainda neste ano, 27% dos textos potencialmente mais favoráveis à radiodifusão pública correspondem a artigos de opinião e entrevistas, o que sugere a abertura de espaço nesses veículos a terceiros para a defesa do tema. O índice de publicações que trazem apenas elementos qualificadores cai para 16,4% no mandato de Dilma, 5,8% na gestão Michel Temer e volta a subir de forma tímida no governo Bolsonaro (7,7%).

Já as matérias que apresentam somente argumentos desqualificadores percorrem movimento inverso ao verificado no parágrafo anterior (Tabela 35). O percentual de inserções deste perfil cresce no período pós-criação da EBC, com 44,8% dos conteúdos publicados dentro do governo Lula, 50% da gestão Dilma, 70,2% nos dois anos de Temer e fecha em 69,2% dos textos sob Bolsonaro. A intensidade de conteúdos com elementos potencialmente negativos à radiodifusão pública dispara, portanto, nos últimos quatro governos. Antes de detalhar essa inferência, registra-se que o menor índice (26,7%) da série de publicações com apenas aspectos desqualificadores pertence à ditadura militar de Sarney (30%), FHC 43,6% dentro do governo Collor e cerca de 35% nas gestões Itamar e FHC.

**Tabela 35** – Presença de operadores simbólicos nas publicações: governos

Governo	Elementos							
	Apenas qualificadores		Apenas desqualificadores		Qualificadores e desqualificadores		Sem qualificador ou desqualificador	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ditadura	77	30,7%	67	26,7%	32	12,7%	75	29,9%
Sarney	45	23,7%	57	30,0%	18	9,5%	70	36,8%
Collor	22	21,8%	44	43,6%	6	5,9%	29	28,7%
Itamar	9	26,5%	12	35,3%	1	2,9%	12	35,3%
FHC	52	29,9%	61	35,1%	26	14,9%	35	20,1%
Lula	88	21,4%	184	44,8%	60	14,6%	79	19,2%
Dilma	19	16,4%	58	50,0%	18	15,5%	21	18,1%
Temer	6	5,8%	73	70,2%	18	17,3%	7	6,7%
Bolsonaro	3	7,7%	27	69,2%	2	5,1%	7	17,9%

\*Percentual calculado com base no total de notícias, reportagens, entrevistas, artigos, editoriais, críticas e resenhas referente a cada período de governo.

Seguindo a leitura dos dados segmentados por governo (Tabela 35, anteriormente), os governos que proporcionalmente menos apresentaram publicações com qualificadores e

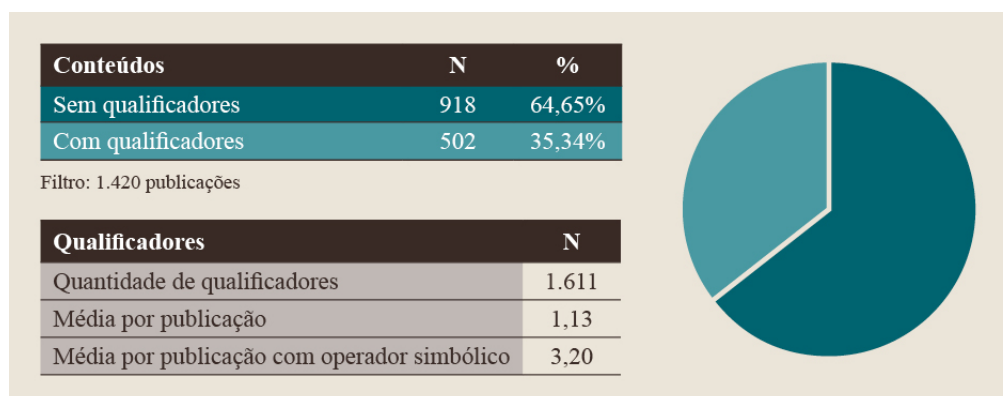
desqualificares juntos foram Itamar (2,9%), Bolsonaro (5,1%) e Collor (5,9%). Nas gestões de Dilma e Temer, verifica-se os maiores percentuais de matérias com ambos os elementos, 15,5% e 17,3% do total de cada período, respectivamente. A ditadura (12,7%) repete a média geral ao passo que os governos FHC (14,9%) e Lula (14,6%) ficam próximos ao índice. Em relação às publicações que não apresentam características que qualifiquem ou desqualifiquem a mídia pública, coube às gestões Sarney (36,8%) e Itamar (35,3%) o predomínio proporcional de notícias deste tipo. A ditadura (29,9%) e a administração Collor (28,7%) também se localizam acima da média. A tendência muda a partir de FHC (20,1%), quando se reduz a proporção de inserções na mídia comercial sem esses operadores simbólicos. Os dados seguem em queda no governo Lula (19,2%), Dilma (18,1%) e Temer (6,7%) e voltam a subir durante Bolsonaro (17,9%).

## 5.2 Tipificação dos operadores simbólicos

### 5.2.1 Características qualificadoras

Os recortes a partir daqui tipificam os operadores simbólicos abordados pelas 1.420 notícias, reportagens, artigos, críticas, crônica e editoriais. Destes formatos, pouco mais de um terço (35,34%) apresentam algum qualificador. Nos 45 anos de conteúdos da *Folha de S.Paulo*, no *Estadão* e no *O Globo*, as 30 características qualificadoras da radiodifusão pública foram assinaladas 1.611 vezes, o que dá uma média de 1,13 operador positivo para cada publicação do universo mapeado. A média sobe para 3,2 aspectos qualificadores para cada publicação ao se considerar apenas as 502 inserções em que aparecem algum tipo de característica qualificadora.

**Tabela 36** – Qualificadores nas publicações: quantitativo geral



O caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo das emissoras públicas de rádio e televisão é o aspecto positivo mais lembrado pelos conteúdos da imprensa comercial, presente em 18,59% das publicações analisadas. A segunda característica qualificadora mais assinalada foi o estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente, lembrada por 9,86% das inserções. A lista segue com a formação crítica, educacional e cultural do cidadão (7,68%) e a formação de redes, parcerias e o fomento da produção audiovisual nacional (7,68%). A presença isolada de cada qualificador cai a partir daí e as marcações sobre modernização tecnológica; integração nacional ou presença em regiões negligenciadas pela mídia comercial; elogios aos conteúdos das emissoras; e crescimento da audiência dos veículos públicos oscilam entre os patamares de 4% a 6% das matérias.

Na casa dos 3% estão os operadores que associam a radiodifusão pública aos mecanismos para o debate público acerca de temas relevantes; autonomia e independência editorial em relação a governos, pluralidade e diversidade (temática, fontes de produção, programação, formatos, conteúdos); acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação; e incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia. Os outros 17 qualificadores investigados não alcançam individualmente presença em 3% dos textos publicados e são apresentados em menos de um terço das publicações da grande imprensa. Por outro lado, os dois qualificadores menos assinalados referem-se a não utilização política dos veículos públicos e a relevância da mídia pública para a universalização dos serviços de radiodifusão, presentes em apenas 3 matérias cada.

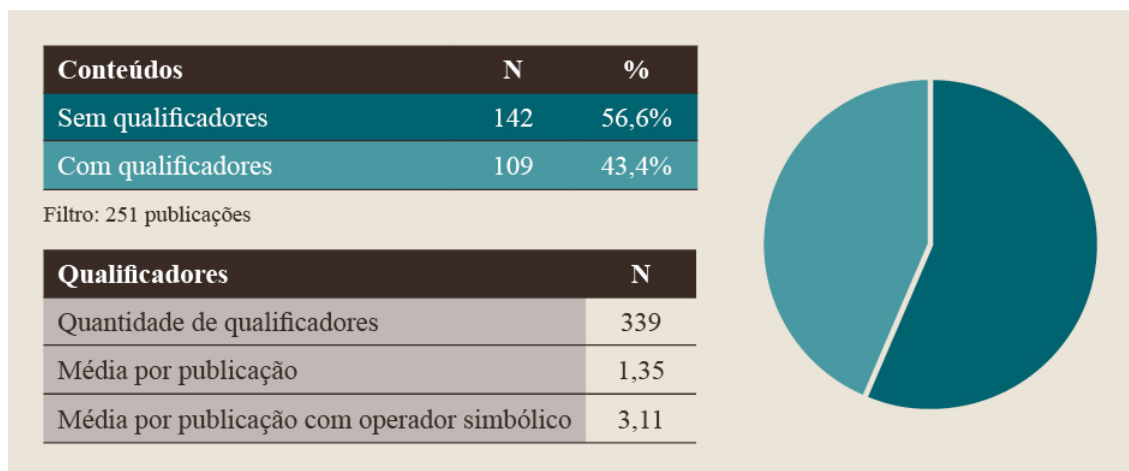
**Tabela 37** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: geral

Qualificadores	N	Conteúdos
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	264	18,59%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	140	9,86%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	109	7,68%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	109	7,68%
Atualização e modernização tecnológica	82	5,77%
Integração nacional ou presença em regiões e públicos negligenciados pela mídia comercial	66	4,65%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	61	4,30%

Crescimento da audiência dos veículos públicos	59	4,15%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	54	3,80%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	53	3,73%
Pluralidade e diversidade (temática, fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	52	3,66%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	48	3,38%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	48	3,38%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	40	2,82%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	39	2,75%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	35	2,46%
Caráter público dos veículos	33	2,32%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	31	2,18%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	25	1,76%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	24	1,69%
Observância de preceitos éticos no exercício das atividades	24	1,69%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	21	1,48%
Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	21	1,48%
É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	13	0,92%
Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual	13	0,92%
Radiodifusão como um serviço público	14	0,99%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	12	0,85%
O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais	5	0,35%
Radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico	3	0,21%
Universalização de serviços	3	0,21%
Outro	110	7,75%

\*Percentuais calculados sobre o total das 1.420 publicações

Na análise segmentada por governos, a ditadura militar registra um total de 339 qualificadores, com média de 1,35 operadores positivos para cada publicação do período, dado próximo registrado na referência geral, porém o maior de todas as gestões analisadas. Do total das 251 inserções, mais da metade (56,6%) não apresenta qualificador enquanto 43,4% trazem algum elemento desta natureza. A quantidade proporcional de abordagens com características qualificadoras é a segunda mais alta entre os governos e alcança quase oito pontos percentuais a mais que o índice geral (35,42%). Outro dado que reforça a abordagem positiva frente ao conjunto de notícias analisadas é que a ditadura concentra 17,7% das 1.420 publicações e 21% dos 1.611 operadores qualificativos observados.

**Tabela 38** – Qualificadores nas publicações: ditadura

Quanto ao detalhamento dos operadores mais marcados, o bloco que exalta o caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo continua o mais lembrado pela mídia comercial em suas abordagens sobre radiodifusão pública, com 21,9%. O destaque do período é a adesão ao tradicional discurso militar de integração nacional acrescido à defesa de que as emissoras públicas (estatais ou educativas, neste caso) são importantes para as regiões e para os públicos negligenciados pela mídia comercial. A variável assumiu quase um quinto das publicações (19,5%) dos dois governos militares seguida do estímulo a cultura nacional e à produção regional e independente (18,3%) e à modernização tecnológica (11,2%). Somados, esses quatro qualificadores concentram 52,5% dos operadores presentes nas publicações do período.

Nota-se, portanto, que o discurso da grande imprensa comercial encampa para a radiodifusão pública três argumentos considerados como “marcas” da ditadura: integração nacional, valorização da cultura nacional e regional, e o investimento em infraestrutura. Não é possível inferir qual o impacto da censura e das restrições à imprensa impostas pelos militares na defesa desses argumentos. Contudo, o período analisado coincide com o processo, paulatino e gradual, de arrefecimento da censura prévia. Pieranti (2006) lembra, por outro lado, que os governos militares promoveram significativas reformulações nas políticas de radiodifusão e de imprensa. Acompanharam as mudanças na legislação do setor os “investimentos em aspectos técnicos, possibilitando melhores condições para o desenvolvimento da radiodifusão e da telefonia, agora vistas como elos de integração nacional”. (p. 97).

Importante, neste contexto, destacar ainda a herança deixada pela ditadura militar em relação à regulamentação das emissoras de televisões educativas estatais ou vinculadas a



fundações e universidades, conforme aponta Pieranti (2006). O autor sistematiza que entre 1967 e 1974 foram criadas nove emissoras de TV educativas, seis dessas sob a tutela de secretarias estaduais de Cultura ou de Educação, caso da TV Cultura de São Paulo. No âmbito do Ministério da Educação, foram três televisões desta natureza, a exemplo da TV Educativa do Rio de Janeiro. Essas emissoras carregaram a responsabilidade de “difundir a política educacional dos governos militares”, sobretudo após a criação do Programa Nacional de Teleeducação (Prontel), que a partir de 1972 coordenou “as atividades de educação televisiva no país” (PIERANTI, 2006, p. 97-98). Aspectos que corroboram com a abordagem desses veículos pelo viés da valorização do seu papel de formação educacional e valorização da integração nacional.

Seguindo a ordem dos operadores de carga simbólica positiva mais assinalados, surgem: formação crítica, educacional e cultural do cidadão (10,8%); formação de redes, parcerias e fomento à produção audiovisual nacional (9,2%) e a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal (6%). Essas características somadas aos quatro operadores mais usados nos textos monopolizam 71,7% dos qualificadores durante os governos militares.

Ponto importante de se registrar é que os cinco qualificadores mais mencionados pelas matérias da ditadura ultrapassam a casa dos 10% de presença nas publicações analisadas. Situação diversa da observada na referência geral, na qual só o primeiro item consegue superar esse percentual, demonstrando que os demais períodos de governo são responsáveis pela introdução de novas temáticas e novas adjectivações a respeito da agenda da radiodifusão pública.

Excluindo os seis operadores que não tiveram marcações<sup>2</sup>, as variáveis menos lembradas englobam a radiodifusão pública como mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes, sua autonomia e independência editorial em relação a governos e sua importância para a visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado.

---

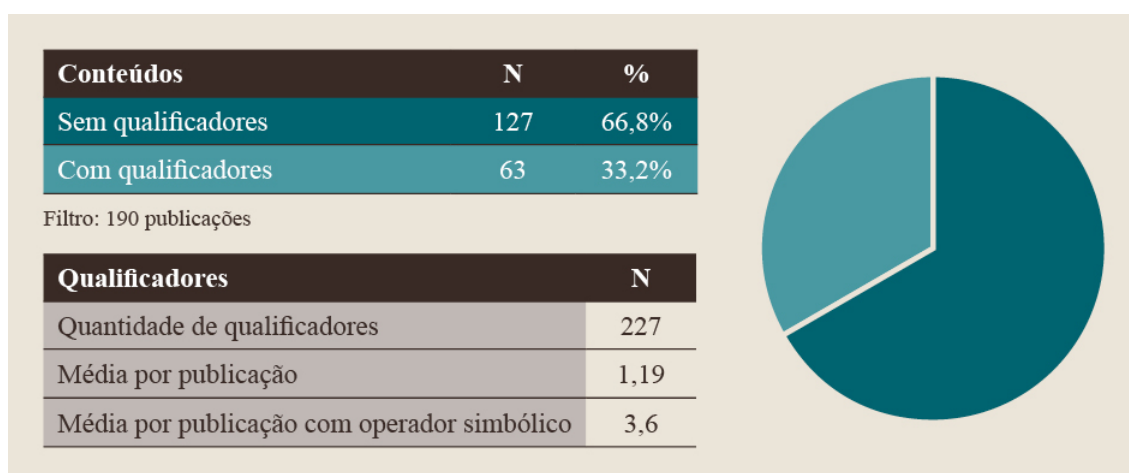
<sup>2</sup> “Caráter público dos veículos”, “Observância de preceitos éticos no exercício das atividades”, “Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos”, “É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão”, “O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais”, “Universalização de serviços”.

**Tabela 39** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: ditadura

<b>Qualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	55	21,9%
Integração nacional e presença em regiões ou públicos negligenciados pela mídia comercial	49	19,5%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	46	18,3%
Atualização e modernização tecnológica	28	11,2%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	27	10,8%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	23	9,2%
Outro	22	8,8%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	15	6,0%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	12	4,8%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	9	3,6%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	7	2,8%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	7	2,8%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	6	2,4%
Pluralidade e diversidade temática (fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	5	2,0%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	5	2,0%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	4	1,6%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	3	1,2%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	3	1,2%
Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual	3	1,2%
Rádiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico	3	1,2%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	2	0,8%
Rádiodifusão como um serviço público	2	0,8%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	1	0,4%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	1	0,4%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	1	0,4%

\*Percentuais calculados sobre o total das 251 publicações do período

Na gestão Sarney, um terço (33,2%) das publicações apresentam qualificadores, estes presentes 227 vezes no período. A média de 1,19 operadores positivos por cada notícia acompanha a média geral, e representa a quarta mais alta entre os governos.

**Tabela 40** – Qualificadores nas publicações: quantitativo Sarney

Novamente o caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo da radiodifusão pública foi o elemento mais marcado, agora em 20,5% dos conteúdos. A diferença percentual entre o primeiro item mais lembrado e os demais volta a aumentar na gestão Sarney. Ocupa a segunda posição a formação crítica, educacional e cultural do cidadão (11,1%), seguida da formação de redes, parcerias ou fomento da produção audiovisual nacional (9,5%) e do estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente e o mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes (7,9%).

Os próximos três operadores mais assinalados são reflexo direto do contexto da reabertura democrática e das discussões da Assembleia Nacional Constituinte: a mídia pública como mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes; o acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação; e o incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia, todos com 7,9%, logo em seguida aparece incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia com 7,4%. Os sete operadores concentram 60,3% dos qualificadores da gestão Sarney. Na segmentação por governos, esses critérios figuraram poucas vezes entre os qualificadores com mais relevância nas abordagens da mídia comercial. A recorrência do período, portanto, se junta às outras inferências já construídas por essa pesquisa e atesta que as plataformas ou os contextos políticos que envolvem mudanças estruturais do setor são os motivadores decisivos para que mídia comercial incorpore a pauta do serviço público de rádio e televisão em sua agenda.

Com exceção dos aspectos de modernização tecnológica (5,3%), os demais qualificadores registraram menos de 5% de presença nas notícias e não chegam a reunir 30% de todos os qualificadores presentes no período. Segunda variável mais relevante da ditadura,

a integração nacional ou presença em regiões ou públicos negligenciados pela mídia comercial foi o qualificador menos lembrado<sup>3</sup> pelos três jornais durante a gestão Sarney.

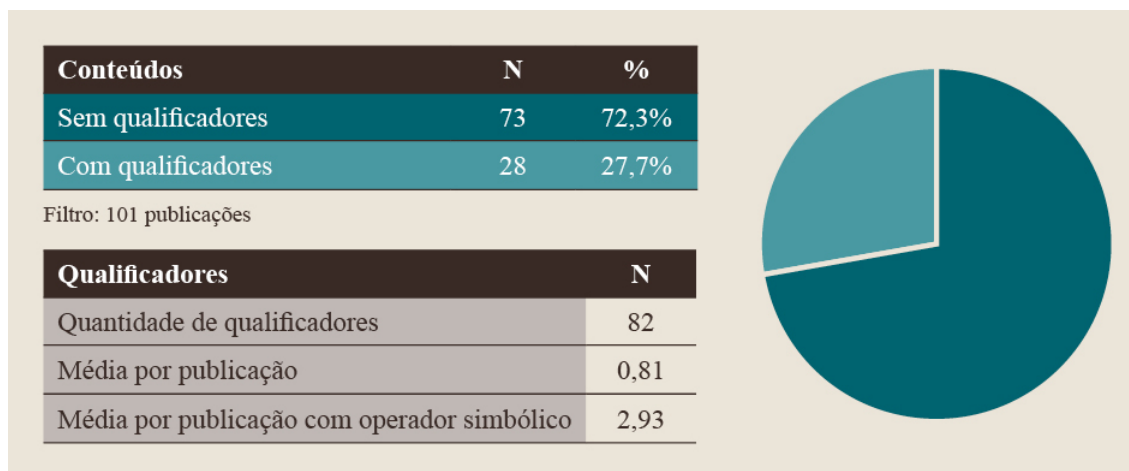
**Tabela 41** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Sarney

Qualificadores	N	Conteúdos
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	39	20,5%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	21	11,1%
Formação de redes, parcerias ou fomento da produção audiovisual nacional	18	9,5%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	15	7,9%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	15	7,9%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	15	7,9%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	14	7,4%
Outro	13	6,8%
Atualização e modernização tecnológica	10	5,3%
Elogios aos conteúdos (atrativos, criativos)	8	4,2%
Pluralidade e diversidade temática (fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	8	4,2%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	7	3,7%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	7	3,7%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	6	3,2%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	4	2,1%
Radiodifusão como um serviço público	4	2,1%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	3	1,6%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	3	1,6%
Observância de preceitos éticos no exercício das atividades	3	1,6%
É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	3	1,6%
Caráter público dos veículos	2	1,1%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	2	1,1%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	2	1,1%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	2	1,1%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	2	1,1%
Integração nacional ou presença em regiões ou públicos negligenciados pela mídia comercial	1	0,5%

\*Percentuais calculados sobre o total das 190 publicações do governo

No governo Collor, o percentual proporcional de notícias, reportagens, entrevistas, artigos, editoriais, crônicas e críticas com a presença de qualificadores segue em queda, presente em apenas 27,7% das 101 publicações do período. Tais operadores foram assinalados por 82 vezes, resultando na média de 0,81 por cada publicação da gestão, a segunda menor da série por governos.

<sup>3</sup> Excluindo as variáveis sem marcações: “Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos”; “Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual”; “O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais”; “Radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico”; “Universalização de serviços”.

**Tabela 42** – Qualificadores nas publicações: quantitativo Collor

O pilar educativo, artístico, cultural, científico e informativo das emissoras continuam em evidência, presente em 17,8% dos conteúdos nos anos Collor. Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente (7,9%); formação de redes e fomento da produção audiovisual nacional (7,9%) e atualização e modernização tecnológica (5,9%) completam a lista dos operadores positivos mais lembrados. A variável crescimento da audiência dos veículos públicos aparece pela primeira vez no grupo que registra ao menos 5% de presença na cobertura midiática por segmento de governo. O somatório desses cinco operadores mais lembrados concentra 55% dos qualificadores publicados no período. Todos os outros qualificadores estão abaixo dessa marca<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Não tiveram marcações: “Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes”; “Autonomia e independência editorial em relação a governos”; “Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal”; “Não interferência do Executivo ou partido que ele representa”; “Observância de preceitos éticos no exercício das atividades”; “Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos”; “É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão”; “Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual”; “Radiodifusão como serviço público”; “O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais”; “radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico”; “Universalização de serviços”.

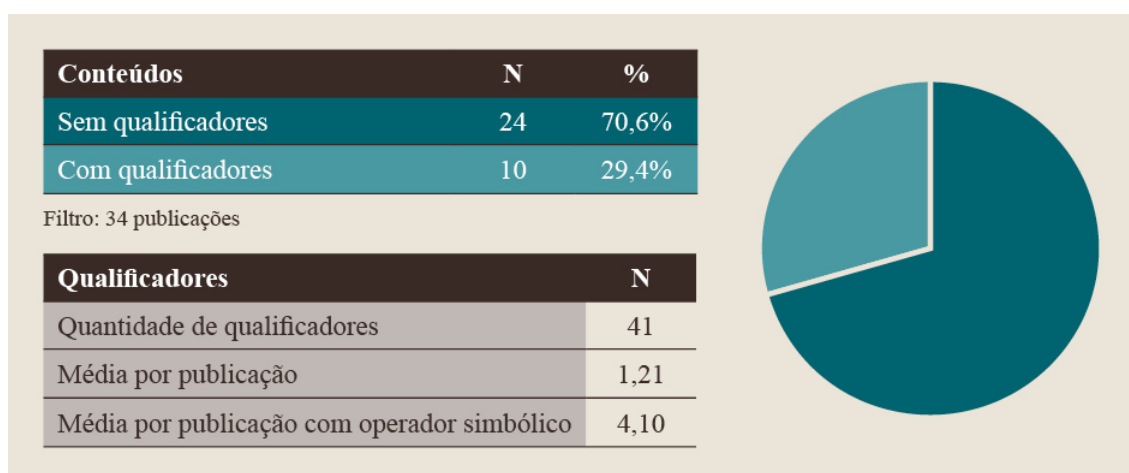
**Tabela 43** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Collor

<b>Qualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	18	17,8%
Outro	11	10,9%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	8	7,9%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	8	7,9%
Atualização e modernização tecnológica	6	5,9%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	5	5,0%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	4	4,0%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	4	4,0%
Pluralidade e diversidade temática (fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	4	4,0%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	3	3,0%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	2	2,0%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	2	2,0%
Integração nacional ou presença em regiões e públicos negligenciados pela mídia comercial	1	1,0%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	1	1,0%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	1	1,0%
Caráter público dos veículos	1	1,0%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	1	1,0%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	1	1,0%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	1	1,0%

\*Percentuais calculados sobre o total das 101 publicações do governo

No próximo governo, de Itamar Franco, o debate sobre a radiodifusão pública perde a relevância<sup>5</sup>, como já apontado, e apenas 29,4% dos conteúdos apresentam qualificador. No entanto, as características de âmbito positivo foram assinaladas 41 vezes no período, elevando a média de qualificadores por notícia para 1,21 operador para cada publicação, terceira melhor marca dentre os nove períodos analisados.

<sup>5</sup> Na média de publicações por cada dia de governo, o debate sobre a mídia pública nos três jornais investigados perde força das gestões Itamar, FHC e Dilma.

**Tabela 44** – Qualificadores nas publicações: Itamar

Com o debate mais adormecido, quatro aspectos positivos tiveram ênfase nas abordagens referentes ao período Itamar: o caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo da mídia pública (26,5%); sua importância para a formação crítica, educacional e cultural do cidadão (17,6%); a formação de redes e o fomento da produção audiovisual nacional (17,6%) e o incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia (17,6%). Os itens representam dois terços dos operadores das publicações do período. O restante é mencionado de forma residual, alcançando pouco mais de um terço dos espaços reservados aos qualificadores, sendo que 18 variáveis não chegaram a ser marcadas.

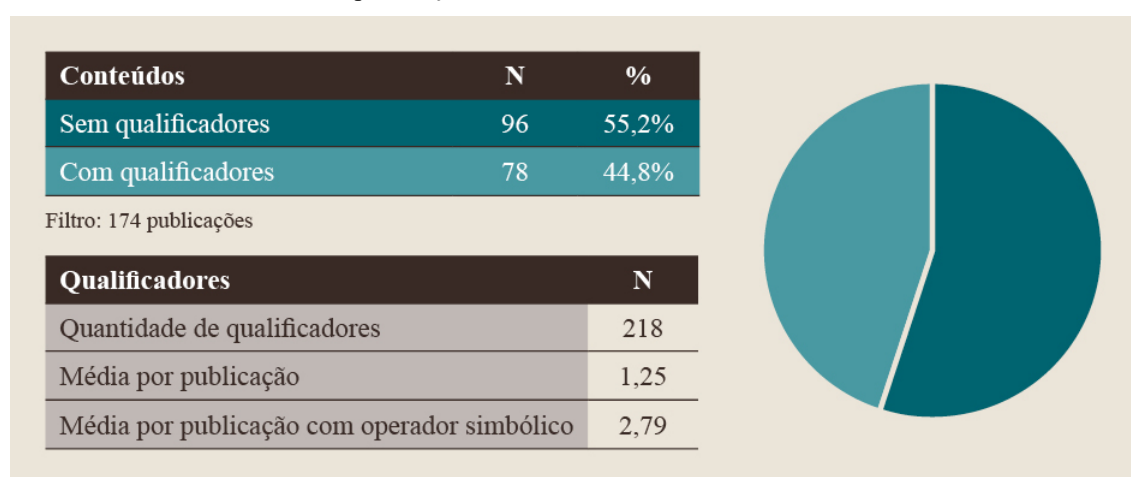
**Tabela 45** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Itamar

Qualificadores	N	Conteúdos
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	9	26,5%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	6	17,6%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	6	17,6%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	6	17,6%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	3	8,8%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	3	8,8%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	3	8,8%
Integração nacional, em regiões e públicos negligenciados pela mídia comercial	1	2,9%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	1	2,9%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	1	2,9%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	1	2,9%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	1	2,9%

\*Percentuais calculados sobre o total das 34 publicações do governo

Apesar de se constituir um governo em que o debate sobre as emissoras públicas perde a relevância, na comparação com os demais, os oito anos de Fernando Henrique Cardoso registram o maior percentual proporcional de publicações com a presença de qualificador, 44,8% – na média geral esse índice é de 35,34%. Ao todo, as características de ênfase positiva foram mencionadas 218 vezes, com média de 1,25 por cada conteúdo, atrás apenas do índice registrado na ditadura. A gestão FHC marca ainda a ampliação do recurso aos operadores qualificativos na construção das matérias, sendo que 28 dos 30 operadores são mencionados durante o governo do tucano.

**Tabela 46** – Qualificadores nas publicações: FHC



A variável sobre o caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo foi, de novo, a mais assinalada, 26,4%. Seguem com maior presença no período formação crítica, educacional e cultural do cidadão (10,9%); estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente (10,3%); formação de redes e fomento da produção audiovisual nacional (8%); e o elogio a conteúdos atrativos e criativos (8%), que pela primeira vez entra no grupo dos cinco qualificadores mais lembrados.

Ainda com índices que superam os 5%, figuram o crescimento da audiência dos veículos públicos (7,5%), a radiodifusão pública como instrumento para o debate público acerca de temas relevantes (6,9%) e a observância de preceitos éticos no exercício das atividades das emissoras públicas (5,2%), outro tema até então pouco abordado pelas inserções. Esses oito temas em conjunto concentram 62,4% de todos os qualificadores presentes nas publicações do período.

Da lista dos 30 operadores positivos, apenas quatro não foram assinalados por alguma matéria durante o período da gestão tucana: integração nacional e presença em regiões e



públicos negligenciados pela mídia comercial; o veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais e a radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico. Os demais 20 operadores assinalados representaram 37,6% dos qualificadores das publicações do período.

**Tabela 47** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: FHC

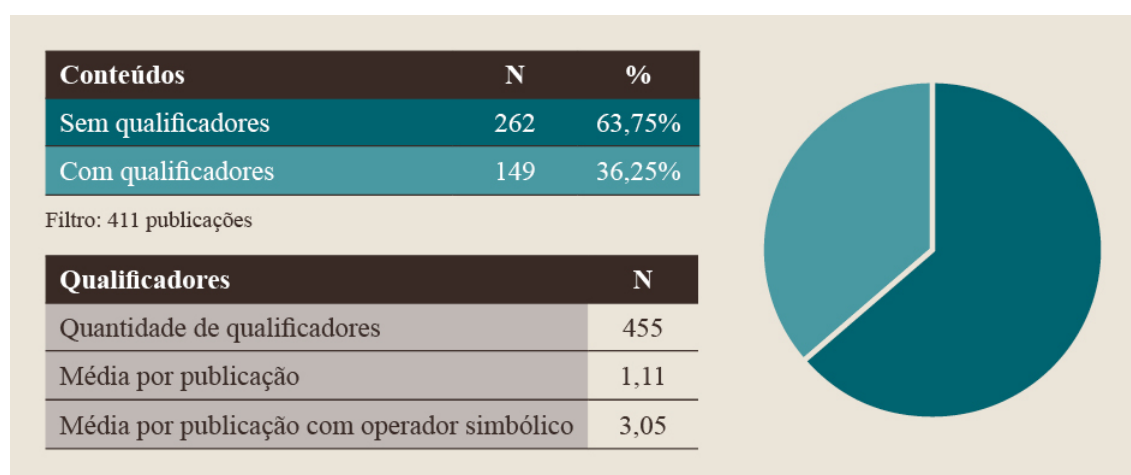
<b>Qualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	46	26,4%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	19	10,9%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	18	10,3%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	14	8,0%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	14	8,0%
Outro	13	7,5%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	13	7,5%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	12	6,9%
Observância de preceitos éticos no exercício das atividades	9	5,2%
Atualização e modernização tecnológica	6	3,4%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	6	3,4%
Pluralidade e diversidade temática (fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	5	2,9%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	5	2,9%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	4	2,3%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	4	2,3%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	4	2,3%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	3	1,7%
Caráter público dos veículos	3	1,7%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	3	1,7%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	3	1,7%
É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	3	1,7%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	2	1,1%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	2	1,1%
Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual	2	1,1%
Radiodifusão como um serviço público	2	1,1%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	1	0,6%
Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	1	0,6%
Universalização de serviços	1	0,6%

\*Percentuais calculados sobre o total das 174 publicações do governo

A gestão de Luiz Inácio Lula da Silva é a que, em números absolutos, concentra a maior quantidade de qualificadores, 455. Porém, a média por publicação (1,11) dos seus dois mandatos segue a tendência geral. Considerando os conteúdos referentes ao período, 36,25% apresentam elementos considerados positivos, enquanto 63,75% não trazem referências desta natureza, quesito que mais uma vez reproduz números próximos aos verificados para a média (1,13).

Como já constatado, o ponto de inflexão para a mudança das abordagens da imprensa comercial sobre a radiodifusão pública foram os debates entorno da criação de uma nova instituição pública de comunicação e a própria implementação da EBC, em 2007. Por um lado, a instituição elevou a carga simbólica de abordagens negativas, questão a ser detalhada no próximo tópico, mas foi também a responsável por ampliar a ressonância de argumentos a seu favor. Obviamente, a comparação não possui escala proporcional, uma vez que os aspectos desqualificadores se intensificaram de maneira meteórica. Contudo, o registro do contraponto também é válido.

**Tabela 48** – Qualificadores nas publicações: Lula



A missão educativa, artística, cultural, científica e informativa também lidera o índice de presença de operadores positivos nas matérias do período Lula, com 15,8%. Completam o grupo dos cinco primeiros qualificadores mais assinalados: o estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente (9,25%); a autonomia e independência editorial em relação a governos (9,25%); a formação de redes e o fomento da produção audiovisual nacional (7,54%); a formação crítica, educacional e cultural do cidadão e a atualização (5,11%) e modernização tecnológica (5,11%). Cabe destacar que esse último volta a figurar entre os assuntos de relevo mediano, aspecto que perdeu ênfase nas gestões de Itamar e FHC.

Esses seis operadores concentram 47% dos qualificadores durante o governo Lula. O restante (53%) está pulverizado entre os demais 25 qualificadores detectados no levantamento. Reflexo da ampliação da discussão sobre a radiodifusão pública, que ganha fôlego na esteira da criação da EBC e inclusive introduz temáticas até então negligenciadas pela pauta da mídia comercial.

Frisa-se que é a primeira vez que a variável sobre a autonomia e a independência editorial aparece no grupo dos aspectos qualificadores mais lembrados pelos conteúdos dos três jornais analisados, indício de que é no governo petista que o assunto – inclusive por seu aspecto positivo – passa a entrar de maneira mais categórica no radar argumentativo da mídia comercial. Não significa que, nos outros governos, não existiu a preocupação ou a necessidade de reforçar a valorização da não interferência política nas emissoras públicas. O fato novo é a frequente e incisiva relação dessa associação ou “aparelhamento” com o Executivo Federal e/ou com a figura do presidente da República. Por último, o único item qualificador não assinalado nos anos Lula foi a ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico do serviço de radiodifusão pública.

**Tabela 49** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Lula

(continua)

Qualificadores	N	Conteúdos
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	65	15,82%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	38	9,25%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	38	9,25%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	31	7,54%
Outro	28	6,81%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	21	5,11%
Atualização e modernização tecnológica	21	5,11%
Pluralidade e diversidade temática (fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	19	4,62%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	17	4,14%
Caráter público dos veículos	17	4,14%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	16	3,89%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	16	3,89%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	13	3,16%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	13	3,16%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	11	2,68%

(continua)

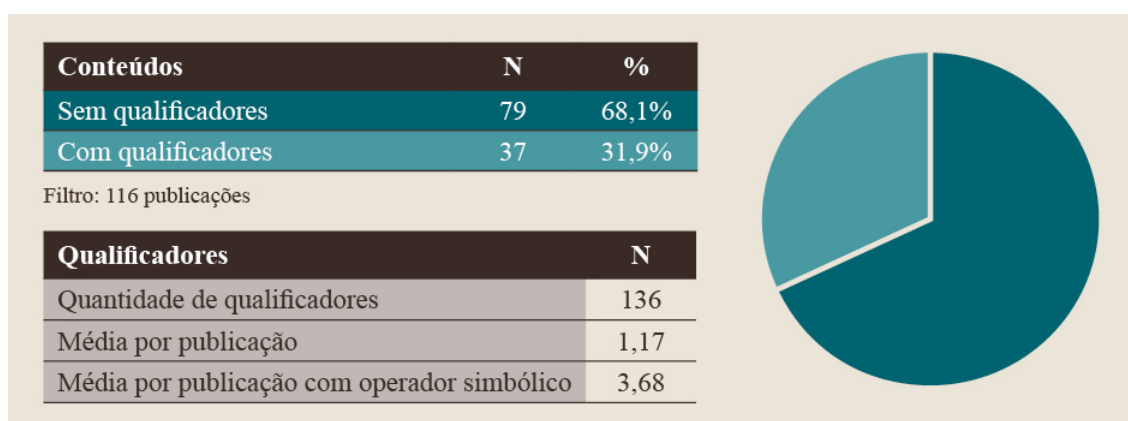
**Tabela 49** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Lula

(conclusão)

<b>Qualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	11	2,68%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	11	2,68%
Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	10	2,43%
Integração nacional, em regiões e públicos negligenciados pela mídia comercial	10	2,43%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	9	2,19%
Observância de preceitos éticos no exercício das atividades	7	1,70%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	6	1,46%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	5	1,22%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	5	1,22%
É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	4	0,97%
Radiodifusão como um serviço público	4	0,97%
Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual	3	0,73%
O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais	3	0,73%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	1	0,24%
Universalização de serviços	1	0,24%
Radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico	0	0,00%

\*Percentuais calculados sobre o total das 411 publicações do governo

No governo de Dilma Rousseff, o percentual proporcional de inserções com qualificadores sofre queda em relação às administrações Lula e alcança 31,9% dos conteúdos período. Ainda assim, a média de 1,17 operadores positivos por cada matéria permanece próxima à geral. Ao todo, eles foram assinalados 136 vezes nos cinco anos e quatro meses de mandato da petista, reforçando a tendência de ampliação do leque de abordagens, uma vez que 28 dos 30 operadores se fizeram presentes como instrumentos de qualificação dos textos publicados no período.

**Tabela 50** – Qualificadores nas publicações: Dilma

Assim como nas outras gestões, a primeira característica qualificadora mais mencionada pelas publicações foi o caráter educativo, artístico, cultural, científico ou informativo das emissoras de rádio e televisão (15,5%), seguido da formação crítica, educacional e cultural do cidadão (7,8%).

A variável mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes e a questão do acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão voltam a ser relativamente lembrados, cada um com presença em 6% dos conteúdos da administração Dilma. Mesmo índice do operador presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos, que pela primeira vez é assinalado com essa ênfase.

Alcançam, isoladamente, 5,2% das matérias: estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente; formação de redes e fomento da produção audiovisual nacional; atualização e modernização tecnológica e autonomia e independência editorial em relação a governos. O somatório desses novos operadores concentra 52,9% dos qualificadores utilizados no período, reforçando a desconcentração de abordagem temática que ocorre desde a gestão Lula. Não foram mencionados os critérios integração nacional e a ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico do serviço de radiodifusão pública.

**Tabela 51** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Dilma

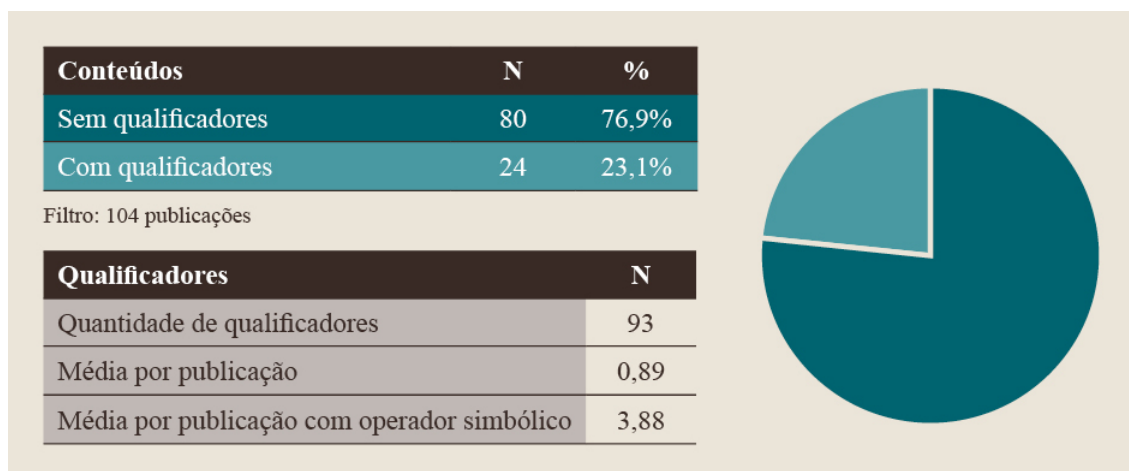
<b>Qualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	18	15,5%
Outro	14	12,1%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	9	7,8%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	7	6,0%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	7	6,0%
Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	7	6,0%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	6	5,2%
Formação de redes, parcerias e fomento da produção audiovisual nacional	6	5,2%
Atualização e modernização tecnológica	6	5,2%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	6	5,2%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	5	4,3%
Caráter público dos veículos	5	4,3%
Observância de preceitos éticos no exercício das atividades	5	4,3%
Pluralidade e diversidade (temática, fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	4	3,4%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	4	3,4%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	3	2,6%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	3	2,6%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	3	2,6%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	2	1,7%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	2	1,7%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	2	1,7%
É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	2	1,7%
Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual	2	1,7%
Radiodifusão como um serviço público	2	1,7%
Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado	2	1,7%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	1	0,9%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	1	0,9%
O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais	1	0,9%
Universalização de serviços	1	0,9%

\*Percentuais calculados sobre o total das 116 publicações do governo

Nos mandatos interino e definitivo de Michel Temer o percentual de publicações com operadores simbólicos positivos despensa: pouco mais de um quinto (23,1%) das 104 matérias do período possui algum qualificador, desempenho aquém apenas do verificado no mandato de Bolsonaro. A característica foi assinalada 93 vezes nas 24 matérias que possuem algum qualificador, o que dá uma média de 0,89 de aspecto favorável por inserção, a menor até então. Outro dado que reforça a sub-representação dos aspetos qualificadores frente ao conjunto de

notícias analisadas é o de que a gestão Temer reúne 7,3% das publicações e 5,8% dos operadores qualificativos.

**Tabela 52** – Qualificadores nas publicações: Temer



Em relação à tipificação dos operadores qualificadores, 11,5% das notícias e opiniões publicadas nos jornais durante o período Temer trazem algum aspecto relacionado ao caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo da radiodifusão pública. Em 7,7%, há elogios aos conteúdos das emissoras; e a pluralidade e diversidade temática, em algum dos seus diversos aspectos, são assinaladas em 6,7% das inserções. É a primeira vez que a variável integra o bloco das três características mais retratadas pelas inserções. Antes, havia ficado entre as seis no governo Lula.

Em seguida, com 5,8% de presença nas notícias vem o crescimento da audiência dos veículos públicos, fechando o grupo com ao menos 5% de participação nas matérias da gestão emedebista. Por outro lado, seis qualificadores<sup>6</sup> não foram marcados e outros sete contaram com presença em apenas uma publicação do período. O que demonstra que a cobertura volta a concentrar o debate em menos questões e qualificadores.

<sup>6</sup> “Observância de preceitos éticos no exercício das atividades”; “Radiodifusão como um serviço público”; “Visibilidade ou publicidade de políticas públicas ou ações do Estado”; “O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais”; “Radiodifusão como serviço público com ênfase nas carreiras profissionais e no corpo técnico”; “Universalização de serviços”.

**Tabela 53** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Temer

Qualificadores	N	Conteúdos
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	12	11,5%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	8	7,7%
Outro	7	6,7%
Pluralidade e diversidade (temática, fontes de produção, programação, formatos, conteúdos)	7	6,7%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	6	5,8%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	5	4,8%
Mecanismo para o debate público acerca de temas relevantes	5	4,8%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	5	4,8%
Caráter público dos veículos	5	4,8%
Integração nacional, em regiões e públicos negligenciados pela mídia comercial	4	3,8%
Acesso e direito à informação, comunicação, livre expressão e criação	4	3,8%
Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal	4	3,8%
Formação de redes e parcerias, fomento da produção audiovisual nacional	3	2,9%
Não discriminação religiosa, política, filosófica, étnica, gênero ou orientação sexual	3	2,9%
Atualização e modernização tecnológica	2	1,9%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	2	1,9%
Não interferência do Executivo ou partido que ele representa	2	1,9%
Mídia pública não deve se pautar pela audiência	2	1,9%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	1	1,0%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	1	1,0%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	1	1,0%
Inclusão social e socialização da produção de conhecimento	1	1,0%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	1	1,0%
Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	1	1,0%
É papel do Estado investir no serviço público de radiodifusão	1	1,0%

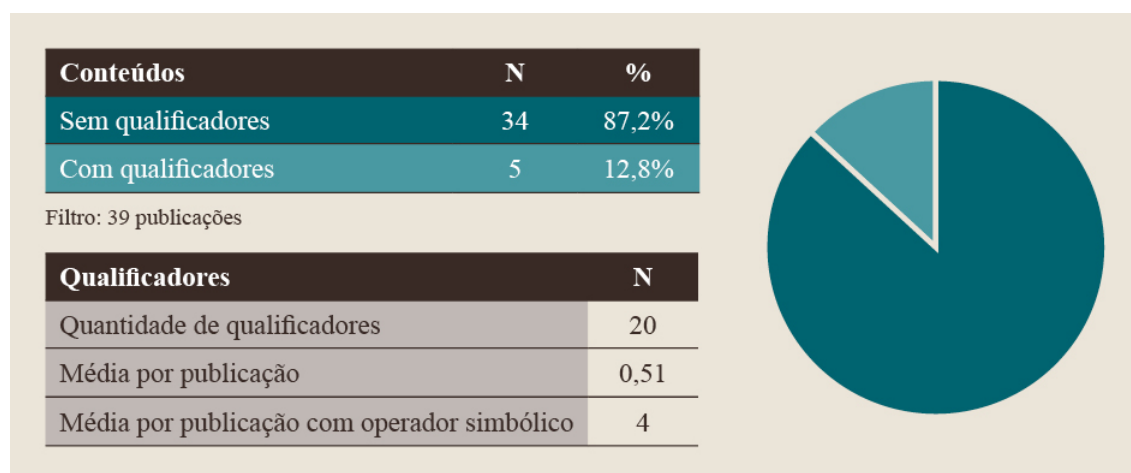
\*Percentuais calculados sobre o total das 104 publicações do governo

A gestão Bolsonaro, analisada apenas no ano de 2019 em função da necessidade de recorte da pesquisa, possui o percentual mais baixo de publicações com operadores simbólicos positivos: dos 39 conteúdos analisados, apenas 5 trazem algum aspecto desta natureza, o que representa presença em apenas 12,8% das notícias publicadas durante o período analisado. Foram assinalados 20 qualificadores, representando uma média de 0,51 característica positiva para cada publicação, a menor da série histórica analisada. A sub-representação de elementos qualificadores é reforçada pelo dado de que as características positivas somam 1,24% dos 1.611



operadores qualificadores catalogados ao passo que o governo de Jair Messias reúne 2,75% das 1.420 notícias analisadas.

**Tabela 54** – Qualificadores nas publicações: Bolsonaro



Esse foi o único governo em que o caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo da radiodifusão pública não foi o item mais citado pelas matérias, ocupando a segunda posição da lista, com duas menções. Em seu lugar, entrou atualização e modernização tecnológica, marcado em três ocasiões. Os seguintes operadores também são lembrados duas vezes em todas as matérias do período: caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo; elogios aos conteúdos; crescimento da audiência dos veículos públicos e presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos.

Por outro lado, outros 17 operadores desapareceram da pauta de qualificadores usados pela mídia comercial na abordagem da radiodifusão pública, reforçando a tendência já detectada na gestão Temer de queda no uso desses recursos na caracterização das matérias.

**Tabela 55** – Presença de operadores simbólicos qualificadores nas publicações: Bolsonaro

Qualificadores	N	Conteúdos
Atualização e modernização tecnológica	3	7,7%
Caráter educativo, artístico, cultural, científico e informativo	2	5,1%
Elogios aos conteúdos: atrativos, criativos	2	5,1%
Crescimento da audiência dos veículos públicos	2	5,1%
Presença na internet e desenvolvimento de conteúdos interativos	2	5,1%
Estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente	1	2,6%
Formação crítica, educacional e cultural do cidadão	1	2,6%
Outro	1	2,6%
Autonomia e independência editorial em relação a governos	1	2,6%
Incentivo à construção da cidadania ou consolidação da democracia	1	2,6%
Excelência ou inovação em conteúdos, linguagens e formatos	1	2,6%
Autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	1	2,6%
Profissionalização e qualidade do corpo técnico	1	2,6%
O veículo não é usado por políticos e por partidos para fins eleitorais	1	2,6%

\*Percentuais calculados sobre o total das 39 publicações do governo

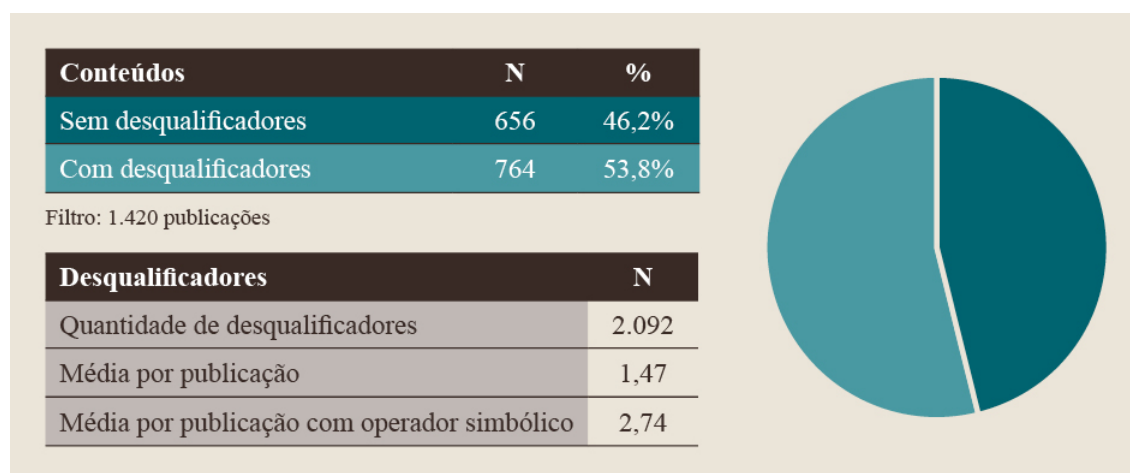
### 5.2.2 Características desqualificadoras

Das 1.420 notícias, reportagens, artigos, críticas, crônica, entrevistas e editoriais analisados, 53,8% contaram com a presença de pelo menos um operador simbólico que desqualificava a radiodifusão pública, o que representa uma média de 1,47 desqualificador para cada matéria publicada. Considerando apenas o recorte das inserções que apresentaram adjetivações de enfoque negativo, contabiliza-se 2.092 desqualificadores em 764 textos, em média que salta para 2,74 características depreciativas por conteúdo. Isso significa que, em cada uma dessas matérias, a mídia comercial ressaltou quase três aspectos negativos na construção dos textos.

Ao se comparar com os operadores qualitativos, nota-se o incremento de 481 caracterizações de cunho negativo em relação às positivas para o mesmo conjunto de textos. O equivalente a dizer que os veículos investigados utilizam quase um terço a mais de termos pejorativos do que caracterizações favoráveis à radiodifusão pública em suas abordagens. A quantidade de operadores simbólicos desqualificadores assinalados também é maior: dos 34

operadores negativos listados pelo questionário, 32 estiveram presentes em pelo menos uma publicação.

**Tabela 56** – Desqualificadores nas publicações: quantitativo geral



A instrumentalização política, partidária ou ideológica das emissoras públicas de rádio e televisão foi o elemento negativo mais ressaltado pela mídia comercial, presente em 22,18% das publicações analisadas. O item alcança 15% dos 2.092 desqualificadores marcados na cobertura sobre a radiodifusão pública. A segunda característica depreciativa mais assinalada refere-se ao desperdício, gasto ou desvio de dinheiro, lembrada por 14,58% das inserções. Acima de dois dígitos de marcações figura ainda o caráter oficialista ou governamental da radiodifusão pública (10,42%), reforçando a frequente associação das emissoras deste campo a governos ou ao poder político. Fechando a lista dos operadores negativos mais lembrados estão as menções referentes ao contexto de cabide de empregos (9,23%) e à pouca autonomia e independência editorial dos veículos públicos (9,15%). Esses cinco desqualificadores representam 44,5% de toda a caracterização desfavorável à radiodifusão pública contida nos jornais analisados.

Por outro lado, os dados revelam que não houve interesse dos jornais em questionar ou denunciar quando a radiodifusão pública não cumpre sua missão de alcançar públicos ou regiões negligenciadas pela mídia comercial, bem como os aspectos relacionados a pouca presença dos meios públicos na internet. Ambos os itens não foram mencionados pelas publicações. Os outros 11 temas desqualificadores pouco lembrados pela cobertura foram: pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais (0,81%); conteúdos pouco atrativos, criativos e considerados elitistas (0,76%); falta de excelência/inação conteúdos, linguagens formatos (0,67%); parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia

comercial (0,48%); práticas de discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual (0,48%); não estímulo à cultura ou à produção regional e independente (0,43%); restrito debate de temas relevantes (0,38%); pouca contribuição da radiodifusão pública para a socialização do conhecimento (0,29%), para o incentivo à cidadania ou democracia (0,29%) e para formação crítica, educacional e cultural (0,14%); pouco desenvolve integração nacional/regional (0,1%). Isoladamente, esses itens não alcançam 1% das marcações e juntos representam apenas 4,8% do conteúdo de enfoque negativo.

Pela combinação dos enfoques mencionados, percebe-se que as abordagens desqualificadoras se centram majoritariamente em denunciar (ou reforçar) o caráter negativo das emissoras públicas de rádio e televisão embasando-se fundamentalmente nas características relacionadas ao oficialismo, ao governamentalismo e à falta de autonomia e independência. Outras questões igualmente importantes – que quando não cumpridas ferem princípios basilares da radiodifusão pública – são pouco evidenciadas. Em outras palavras, a construção argumentativa acerca do tema da radiodifusão pública é direcionada muito mais aos usos que os governos e o poder político fazem das emissoras públicas do que à sua função pública em si. Logo, a disputa latente colocada reside na dualidade entre imprensa comercial e governos, de forma concreta, e entre mercado e Estado, no plano abstrato, sendo as emissoras públicas retratadas como um instrumento a ser utilizado pelos agentes do campo político para “desequilibrar” essa balança.

**Tabela 57** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: geral

(continua)

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	315	22,18%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	207	14,58%
Caráter oficialista ou governamental	148	10,42%

(continua)

**Tabela 57** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: geral

(conclusão)

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	131	9,23%
Pouca autonomia e independência editorial	130	9,15%
Audiência traço ou irrelevante	92	6,48%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	92	6,48%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	78	5,49%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	70	4,93%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	63	4,44%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	61	4,30%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	58	4,08%
Ameaça à liberdade de imprensa ou de expressão	57	4,01%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	56	3,94%
Expressão TV Lula	41	2,89%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	40	2,82%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	37	2,61%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	36	2,54%
Expressão chapa-branca	35	2,46%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	23	1,62%
Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos	22	1,55%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	17	1,20%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	16	1,13%
Pouca excelência/inação conteúdos, linguagens formatos	14	0,99%
Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia	10	0,70%
Prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual	10	0,70%
Não estimula cultura ou produção regional e independente	9	0,63%
Pouco mecanismo para debater temas relevantes	8	0,56%
Pouco contribui para socialização do conhecimento	6	0,42%
Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia	6	0,42%
Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural	3	0,21%
Pouco desenvolve integração nacional/regional	2	0,14%
Não alcança públicos/regiões negligenciadas pela mídia comercial	0	0,00%
Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo	0	0,00%
Outro	199	14,01%

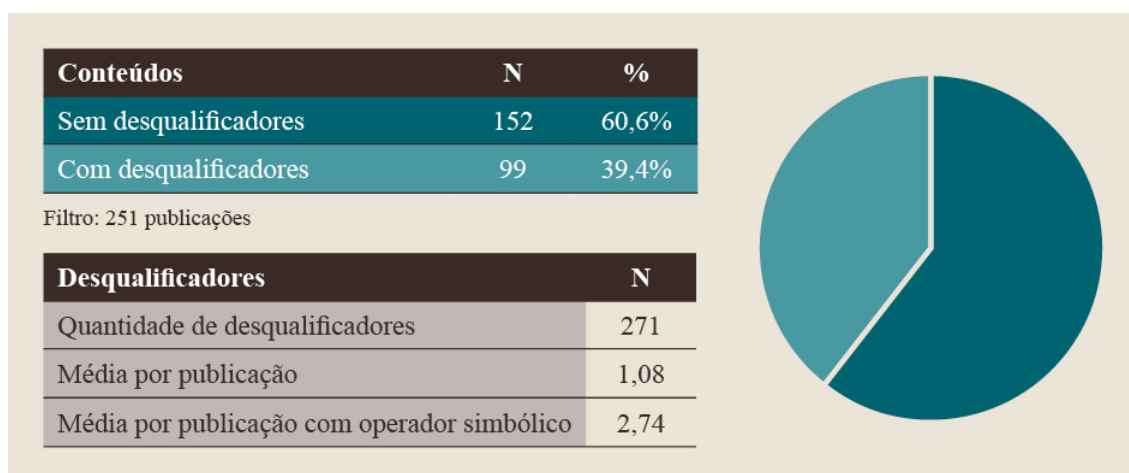
\*Percentuais calculados sobre o total das 1.420 publicações do governo

Na análise estratificada por governos, a ditadura registrou um total de 271 desqualificadores. A média de 1,08 operadores negativos para cada publicação do período, abaixo da média geral (1,47) registrada. O índice, segundo pior na comparação entre os

governos, caminha em direção oposta à verificada na análise dos qualificadores, quando os governos militares marcaram a maior média de todas as gestões. O dado corrobora com a constatação de que a cobertura sobre a radiodifusão pública durante a ditadura tendeu a ser mais elogiosa tanto em relação às características apresentadas quanto na comparação com os outros ciclos políticos.

Do total das 251 inserções, 60,6% não abordam nenhum desqualificador ao passo que 39,4% trazem algum elemento desse tipo. Entre os nove governos analisados, é a segunda menor marca de publicações com caracterizações negativas, reforçando a sub-representação dos operadores desqualificadores nos anos sob a ditadura. Outro dado que atesta a abordagem mais positiva para o período do que a média geral é demonstrada pelos aspectos desqualificadores frente ao conjunto de notícias: a ditadura reúne 17,7% dos 1.420 conteúdos informativos e opinativos e apenas 13% dos 2.092 operadores desqualificadores detectados nos textos. A redução é de 20% na comparação com o quantitativo proporcional de operadores favoráveis ao tema publicados nos mesmos anos.

**Tabela 58** – Desqualificadores nas publicações: ditadura



Durante o período da ditadura, os operadores negativos mais marcados referem-se aos elementos que associam a radiodifusão pública aos processos de estatização, intervenção no mercado ou na livre concorrência (10,8%), seguido por temas ligados à censura, regulação ou ameaça à mídia comercial, que caracterizou 10% das publicações. Ainda comparecem como itens mais marcados a instrumentalização política, partidária ou ideológica (9,6%) e o caráter oficialista ou governamental dos veículos públicos de comunicação (7,6%). Esses quatro desqualificadores juntos representam 35,1% de todos os argumentos pejorativos sobre radiodifusão pública publicados no período. Os índices sugerem maior pulverização dos

argumentos negativos mobilizados pelas matérias, uma vez que os próximos oito caracterizadores mais utilizados representam 34,7% dos operadores publicados durante a ditadura militar.

O fenômeno se opõe ao verificado perante qualificadores, quando nessa mesma época quatro temas de natureza positiva monopolizaram as adjetivações, concentrando 71,7% do total das características favoráveis. Ampliando o olhar para uma análise global, contemplando todos os governos, percebe-se que o avançar dos anos impulsionou a diversidade das caracterizações positivas associadas à radiodifusão pública. Já o processo dos elementos depreciativos diverge dessa tendência e segue duas vias complementares: o aumento paulatino da quantidade de elementos pejorativos utilizada pelos textos e a concentração desses adjetivos em uma lista mais restrita de assuntos, aglutinando as críticas em pautas específicas.

Excluindo os sete operadores que não tiveram marcações<sup>7</sup>, as variáveis menos lembradas pelos veículos comerciais durante a ditadura englobam o papel da radiodifusão pública na formação educacional e cultural dos cidadãos, questões sobre integração nacional e cidadania e as associadas à programação e aos conteúdos veiculados. Comparativamente aos outros ciclos analisados, infere-se que a mídia comercial tanto exaltava as qualidades da radiodifusão pública durante os governos militares quanto atenuava as críticas dirigidas às emissoras. Como já dito, o cenário de censura instaurado pela ditadura explica parte dessa tendência, pois o apontamento pelas práticas jornalísticas das deficiências dos veículos estatais poderia ser interpretado como contestação ao próprio governo e à sua eficiência no enfrentamento de problemas nacionais. A atividade jornalística, de imprensa e de informação, como retrata Pieranti (2006), era controlada de perto pelos militares por meio de práticas coercitivas e punitivas, amparadas por atos, decretos e regimentos.

O Decreto-Lei 236, de 1967, ainda vigente, modificou o Código Brasileiro de Telecomunicações, imprimindo nova visão sobre os artigos referentes a punições. Segundo a nova redação do artigo 53 do CBT, dada pelo decreto-lei, tornaram-se passíveis de punição empresas que supostamente investissem contra alicerces do novo regime, como, por exemplo, a moral, os bons costumes, a disciplina (militar e civil) e a honra nacional, conceitos amplos e, por isso mesmo, submetidos a diferentes interpretações. (PIERANTI, 2006, p. 97).

Contudo, não se negligencia aqui que, em muitos momentos, houve forte alinhamento editorial de grandes veículos comerciais aos governos militares, sobretudo quando se trata das

---

<sup>7</sup> “Expressão chapa-branca”, “Expressão TV Lula”, “Não alcança públicos/regiões negligenciadas pela mídia comercial”, “Pouca excelência/ inovação conteúdos, linguagens formatos”, “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”, “Pouco contribui para socialização do conhecimento”, “Pouco mecanismo para debater temas relevantes”.

políticas voltadas ao setor de radiodifusão, comunicações e da própria agenda econômica encampada pelos militares. Logo, o viés da censura não explica por inteiro a abordagem mais favorável da imprensa comercial perante a função social da radiodifusão pública. As análises construídas a partir dos dados desta pesquisa já permite afirmar que a qualificação ou desqualificação das emissoras públicas, estatais ou educativas se intensifica ou retrocede a depender da plataforma político-econômica dos governos que as circundam.

**Tabela 59** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: ditadura

(continua)

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Outro	30	12,0%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	27	10,8%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	25	10,0%
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	24	9,6%
Caráter oficialista ou governamental	19	7,6%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	18	7,2%
Pouca autonomia e independência editorial	14	5,6%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	13	5,2%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	12	4,8%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	10	4,0%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	9	3,6%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	9	3,6%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	9	3,6%
Audiência traço ou irrelevante	7	2,8%
Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos	6	2,4%
Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia	5	2,0%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	5	2,0%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	5	2,0%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	4	1,6%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	3	1,2%
Não estimula cultura ou produção regional e independente	3	1,2%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	3	1,2%

(continua)



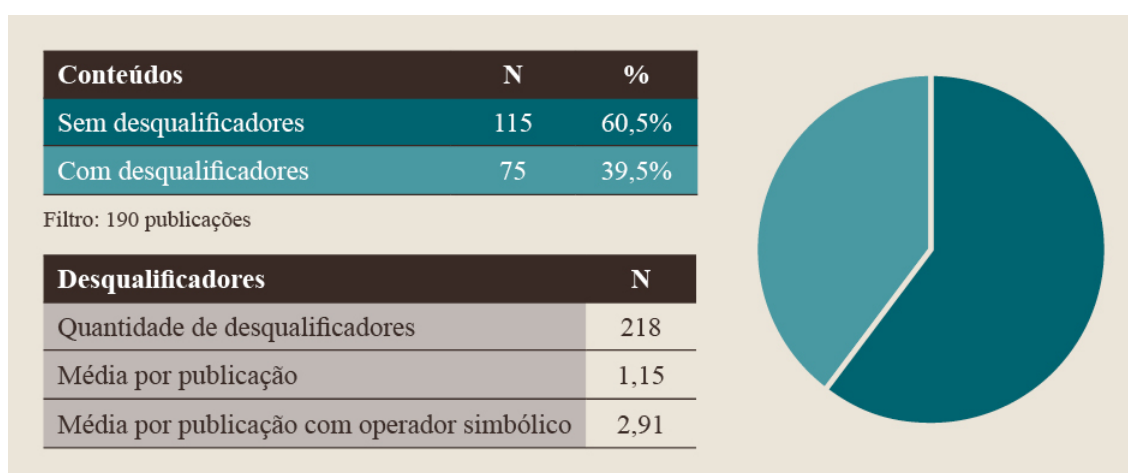
**Tabela 59** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: ditadura

(conclusão)

Desqualificadores	N	Conteúdos
Pratica discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual	3	1,2%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	2	0,8%
Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia	2	0,8%
Pouco desenvolve integração nacional/regional	2	0,8%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	1	0,4%
Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural	1	0,4%

\*Percentuais calculados sobre o total das 251 publicações do período

Na gestão Sarney, os operadores de natureza simbólica negativa foram assinalados 218 vezes, presentes em 39,5% das publicações do período. A média de desqualificadores por conteúdo (1,15) subiu em relação à ditadura, mas ainda abaixo do índice geral (1,47). Sub-representação confirmada pelo fato de a gestão Sarney reunir 10,4% dos desqualificadores enquanto concentra 13,4% das matérias analisadas pela pesquisa, mantendo assim uma linha argumentativa menos agressiva perante o sistema público de radiodifusão.

**Tabela 60** – Desqualificadores nas publicações: quantitativo Sarney

A redemocratização do país, materializada na gestão Sarney, colocou o tema da instrumentalização política, partidária ou ideológica dos veículos públicos como operador desqualificador mais utilizado pela mídia comercial para retratar a radiodifusão pública. O quesito esteve presente em 19,5% dos conteúdos do período, praticamente o dobro do percentual registrado durante a ditadura. O desqualificador também foi o mais citado em outras

cinco gestões investigadas pela pesquisa: Itamar, FHC, Lula, Dilma e Temer. A ênfase nesse operador revela que a abertura democrática e o consequente cenário de liberdade de imprensa e de opinião refletiram na caracterização da mídia pública, deslocando a concentração dos argumentos para a associação mais direta às questões de cunho político e governamental.

O segundo desqualificador mais mencionado pelas notícias e opiniões nos anos Sarney segue essa tendência e aponta para o caráter oficial ou governamental das emissoras públicas, registrado em 12,6% dos textos. Mesmo teor encontrado no próximo operador mais citado, a pouca autonomia e independência editorial (10%). Dessa forma, a preocupação com a possibilidade de instrumentalização político-partidária dos veículos públicos concentra 28% dos desqualificadores do período, inaugurando a tendência constatada em outros governos. Além dos pontos discorridos anteriormente, cabe ressaltar que a associação constante da mídia pública como “porta-voz” do governo de momento implica também na reivindicação implícita em prol da credibilidade da mídia comercial e de que apenas ela seria a detentora dos valores da imparcialidade e da neutralidade. Ou seja, apenas os veículos desta natureza – e não os públicos, governamentais, educativos ou estatais – carregam o capital simbólico da qualidade jornalística e da verdade dos fatos.

Continuando as análises da gestão Sarney, apreende-se que os aspectos ligados à censura, regulação ou ameaça à liberdade da mídia comercial começa a perder relevância. Embora seja o quarto desqualificador mais lembrando, presente em 7,8% dos textos, ele só volta a figurar entre os dez operadores mais utilizados na administração FHC. Fenômeno semelhante ao que ocorre com a abordagem sobre ameaça à liberdade de imprensa ou de expressão, que registra marcações em 5,5% dos textos e depois se afasta do repertório de representações sobre a mídia pública usados pela mídia comercial. Esses cinco temas concentraram metade dos operadores mencionados no período em questão. Os demais desqualificadores<sup>8</sup> registraram individualmente menos de 5% de presença nas publicações, mas conjuntamente foram responsáveis por 50% de todos os desqualificadores trazidos pelos três jornais durante a gestão Sarney.

---

<sup>8</sup> Excluindo as variáveis sem marcações: “Prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual”; “Pouco desenvolve integração nacional/regional”; “Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Não alcança públicos/regiões ou negligencia a mídia comercial”; “Expressão TV Lula”, “Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos”.

**Tabela 61** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Sarney

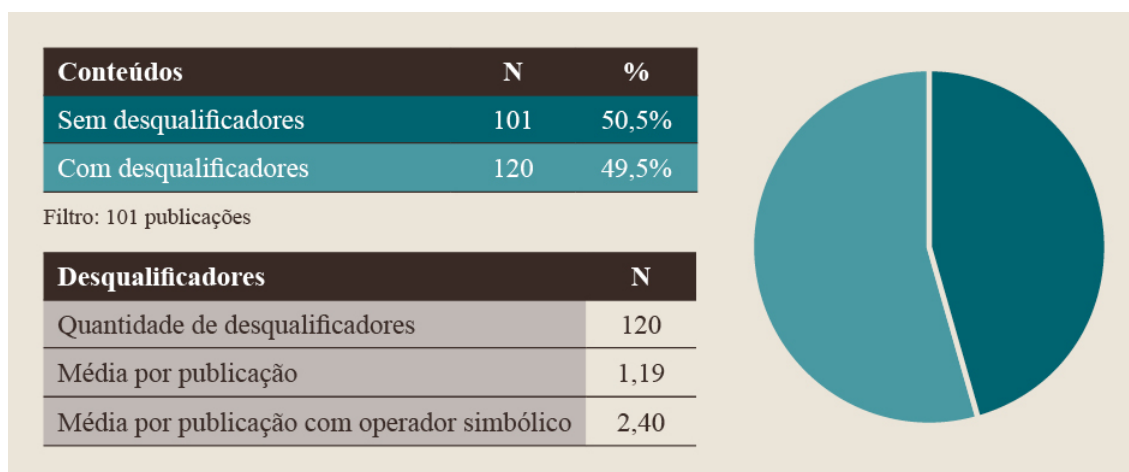
<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	37	19,5%
Caráter oficialista ou governamental	24	12,6%
Pouca autonomia e independência editorial	19	10,0%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	17	8,9%
Outro	16	8,4%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	12	6,3%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	10	5,3%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	9	4,7%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	9	4,7%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	9	4,7%
Audiência traço ou irrelevante	8	4,2%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	8	4,2%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	5	2,6%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	5	2,6%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	4	2,1%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	4	2,1%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	3	1,6%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	3	1,6%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	3	1,6%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	3	1,6%
Pouca excelência/inação conteúdos, linguagens formatos	2	1,1%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	2	1,1%
Expressão chapa-branca	1	0,5%
Não estimula cultura ou produção regional e independente	1	0,5%
Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia	1	0,5%
Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural	1	0,5%
Pouco contribui para socialização do conhecimento	1	0,5%
Pouco mecanismo para debater temas relevantes	1	0,5%

\*Percentuais calculados sobre o total das 190 publicações do período

No governo Collor, o percentual proporcional de notícias, reportagens, entrevistas, artigos, editoriais, crônicas e críticas com a presença de desqualificadores aumenta dez pontos percentuais em relação aos períodos anteriores e atinge metade das 101 publicações do período. As adjetivações negativas foram utilizadas 50 vezes, resultando numa média de 1,19 por cada publicação da gestão. Entende-se, desta maneira, que houve relativa ampliação do espaço destinado às abordagens desfavoráveis à radiodifusão pública. Na comparação com os

elementos qualificadores, 28 textos desse período ressaltaram aspectos positivos enquanto 50 optaram por evidenciar ao menos um aspecto negativo perante o tema da radiodifusão pública. Embora o crescimento de abordagens com desqualificadores tenha sido de 78,6% na comparação com o governo anterior, lembra-se o período Collor concentra apenas 5,7% do total de características de cunho negativo e a gestão concentra 7,1% das publicações analisadas.

**Tabela 62** – Desqualificadores nas publicações: quantitativo Collor



Durante o governo Collor, a mídia comercial concentrou as caracterizações negativas sobre a radiodifusão pública em quatro aspectos: desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público (27,7%); cabide de empregos ou aumento da máquina pública (22,8%); instrumentalização política, partidária ou ideológica (17,8%); e pouca observância de preceitos éticos nas atividades (10,9%). Os elementos concentraram dois terços de todos os aspectos desqualificadores presentes nas publicações do período.

É perceptível que os dados ecoam o cenário político e econômico que marca a gestão Collor, pautada pelo discurso econômico liberal e suas respectivas propostas de reformas estruturantes do Estado, fundamentadas no discurso da eficiência, da ética e do combate aos privilégios dos “marajás” alojados na administração pública. A radiodifusão pública, então, torna-se mais um espaço de luta argumentativa por meio do qual os veículos comerciais se posicionam em tom de defesa e de “cobrança” por uma efetiva agenda política e econômica em torno do “Estado mínimo”, sem gastos “desnecessários” ou interferências políticas nos assuntos de mercado.

Diante da concentração dos operadores nesses quatro aspectos complementares, verifica-se a ausência de marcações<sup>9</sup> em 17 operadores desqualificadores. Ou seja, o debate da mídia comercial sobre a radiodifusão pública começa a se fechar em alguns itens desqualificadores. Nos anos Collor, por exemplo, quatro assuntos foram identificados em apenas uma publicação cada.

**Tabela 63** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Collor

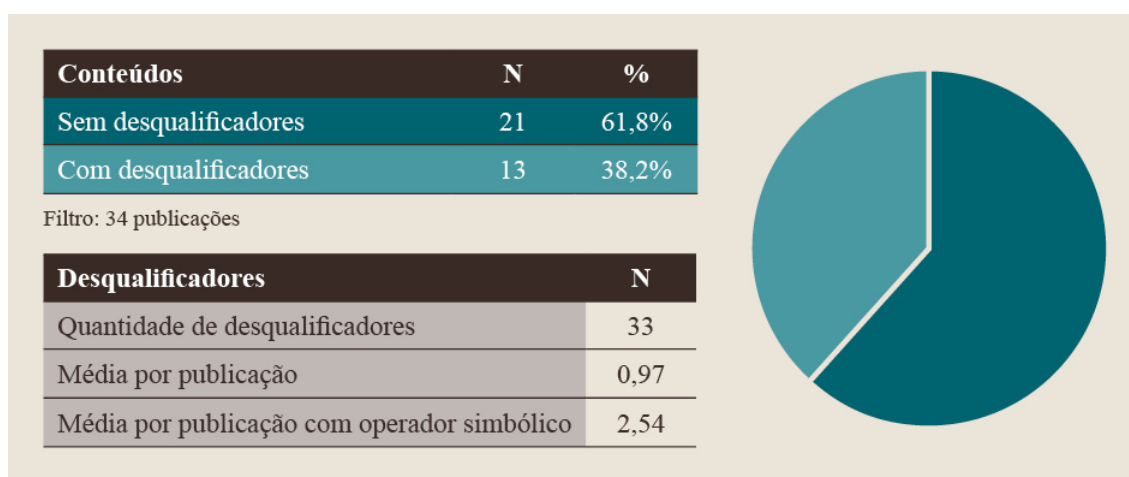
Desqualificadores	N	Conteúdos
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	28	27,7%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	23	22,8%
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	18	17,8%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	11	10,9%
Caráter oficialista ou governamental	6	5,9%
Outro	6	5,9%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	5	5,0%
Pouca autonomia e independência editorial	5	5,0%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	4	4,0%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	2	2,0%
Audiência traço ou irrelevante	2	2,0%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	2	2,0%
Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia	2	2,0%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	2	2,0%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	1	1,0%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	1	1,0%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	1	1,0%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	1	1,0%

\*Percentuais calculados sobre o total das 101 publicações do período

<sup>9</sup> Não tiveram marcações: “Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos”; “Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade”; “Expressão chapa-branca”; “Expressão TV Lula”; “Infraestrutura obsoleta ou inadequada”; “Não estimula cultura ou produção regional e independente”; “Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos”; “Pouca excelência/ inovação conteúdos, linguagens formatos”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouca sustentabilidade financeira dos veículos”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribui para socialização do conhecimento”; “Pouco contribui para o incentivo à cidadania ou democracia”; “Pouco desenvolve integração nacional/ regional”; “Pouco mecanismo para debater temas relevantes”; “Pratica discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual”.

No governo de Itamar Franco constitui-se no período com o menor número de matérias sobre o tema da radiodifusão. São 34 conteúdos, equivalente a 2,4% do conjunto de 1420 inserções analisadas. Os operadores desfavoráveis citados durante a gestão, por sua vez, representam apenas 1,6% do total de desqualificadores. Resultado que se materializa na menor média de desqualificador por publicação (0,97) e o menor percentual de desqualificadores por inserções da série histórica (38,2%).

**Tabela 64** – Desqualificadores nas publicações: Itamar



Infere-se que na administração Itamar o debate sobre a radiodifusão pública perdeu espaço para temas mais urgentes da agenda política e econômica do cenário após o *impeachment* de Collor e a pauta da estabilização monetária. Evidencia-se que, neste contexto, praticamente três quartos das menções desfavoráveis à temática das emissoras públicas de rádio e televisão centraram-se em oito operadores. Os quatro elementos mais mencionados reproduzem os argumentos da média geral do conjunto de governos analisados: instrumentalização política, partidária ou ideológica (20,6%); desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público (11,8%); caráter oficialista ou governamental (8,8%); e cabide de empregos ou aumento da máquina pública (5,9%). O último percentual se repete para os operadores sobre censura, regulação ou ameaça à mídia comercial; espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos; não exercício de seu papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo; e relação com chefe do Executivo ou seu partido. O restante dos operadores é mencionado de forma residual, alcançando pouco mais de um quarto dos espaços reservados aos desqualificadores, sendo que 18 variáveis não chegaram a ser marcadas<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Não tiveram marcações: “Estatização, intervenção no mercado/livre concorrência”; “Expressão chapa-branca”; “Expressão TV Lula”; “Infraestrutura obsoleta ou inadequada”; “Não alcança públicos/regiões negligenciadas pela mídia comercial”; “Não estimula cultura ou produção regional e independente”; “Não pluralidade temas, fontes

**Tabela 65** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Itamar

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	7	20,6%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	4	11,8%
Caráter oficialista ou governamental	3	8,8%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	2	5,9%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	2	5,9%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	2	5,9%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	2	5,9%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	2	5,9%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	1	2,9%
Audiência traço ou irrelevante	1	2,9%
Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos	1	2,9%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	1	2,9%
Pouca autonomia e independência editorial	1	2,9%
Pouca excelência/inação conteúdos, linguagens formatos	1	2,9%
Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia	1	2,9%
Pouco mecanismo para debater temas relevantes	1	2,9%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	1	2,9%

\*Percentuais calculados sobre o total das 34 publicações do período

Já a administração de Fernando Henrique Cardoso se apresenta como uma transição na utilização de instrumentos de adjetivações negativas pela mídia comercial. É a primeira vez, por exemplo, que os operadores desqualificadores aparecem em pelo menos metade dos textos publicados durante a gestão: das 174 matérias, 87 contam com algum operador desta natureza. Foram contabilizados ainda 208 elementos desfavoráveis nesses conteúdos, em média que alcança 1,2 operador por inserção. Apesar de estar abaixo da média geral (1,47), esse foi o maior índice entre os governos observados até então. Os números demonstram que a imprensa comercial lança, progressivamente, seu olhar mais crítico em relação ao tema. Ainda assim, a

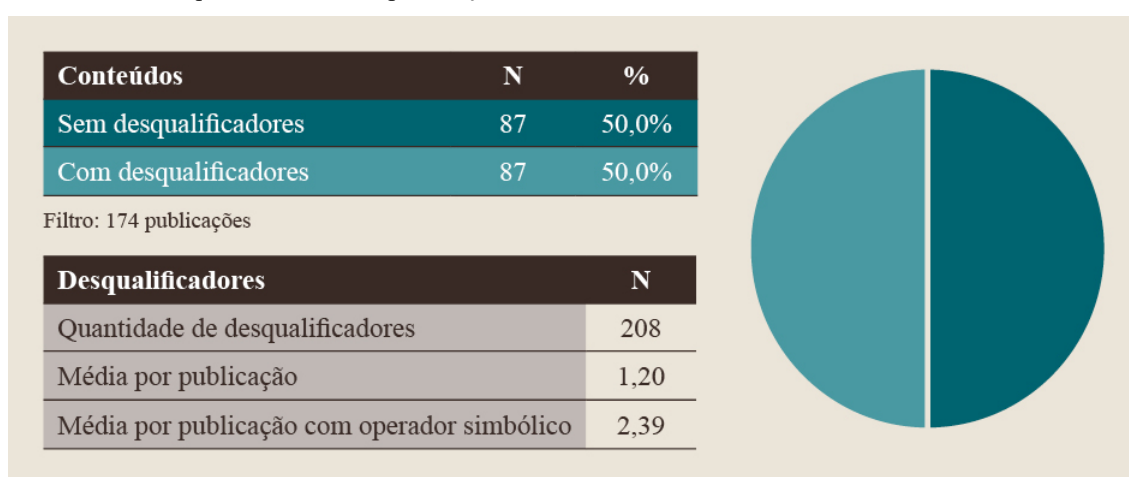
---

de produção, programas, formatos”; “Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia”; “Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos”; “Pouca observância de preceitos éticos nas atividades”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais”; “Pouca sustentabilidade financeira dos veículos”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribui para socialização do conhecimento”; “Pouco desenvolve integração nacional/regional”; “Prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual”.

cobertura desqualificadora do período se mostra aquém da média geral, concentrando 10% dos 2.092 desqualificadores mapeados pela pesquisa.

Na comparação com os qualificadores mencionados durante a gestão FHC, nota-se que os desqualificadores estiveram presentes em mais publicações: 78 matérias registraram conteúdos elogiosos e 87 ressaltaram aspectos negativos. No entanto, as inserções mencionam 218 características positivas e 208 negativas. Ou seja, a concentração de operadores simbólicos positivos é maior, fato que sugere a tendência editorial de uma leitura menos depreciativa da radiodifusão pública durante o período analisado.

**Tabela 66** – Desqualificadores nas publicações: FHC



Ao longo da cobertura que marca a gestão FHC, o operador simbólico de caráter depreciativo mais presente foi a instrumentalização política, partidária ou ideológica (14,9%). Também supera a marca de dois dígitos de presença nas matérias a preocupação da mídia comercial com a pouca sustentabilidade financeira dos veículos públicos de radiodifusão (12,6%), que só havia aparecido na lista de aspectos mais lembrados durante a ditadura. Completam a lista dos cinco operadores mais mencionados os aspectos ligados ao desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público e o espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos, ambos com presença em 8,6% dos conteúdos. O caráter oficialista ou governamental é citado em 8% dos textos. Em conjunto, esses operadores concentram 44,2% dos desqualificadores utilizados durante a gestão tucana. Embora as associações com as questões políticas sejam uma constante nos governos após a ditadura, percebe-se mais uma vez que a preocupação com os aspectos econômicos se torna frequente, numa espécie de reiteração do compromisso de não intervenção do Estado no setor de comunicações, sobretudo no que se refere ao aporte financeiro, um pacto tácito até então firmado entre mídia e governos liberais.



No caso da gestão FHC, o desqualificador referente a utilização das emissoras públicas como “cabide de empregos”, abordagem frequente nos governos Itamar e Collor, desaparece da lista de características mais citadas. A ressalva é interessante porque as práticas de barganhas e trocas de favores (ESCH, BIANCO, 2016) que permeiam o universo da radiodifusão é um fenômeno bastante estudado e recorrente nas análises das políticas de comunicação, sobretudo quando se destrincha os dados sobre as concessões de emissoras de rádio e televisão a grupos próximos ao poder político. Fenômeno que historicamente não se arrefeceu ao longo dos governos, independentemente do espectro político (CASTILHO, 2020).

No caso da radiodifusão pública, cujas concessões em tese se orientam por outra lógica, as situações de barganha política podem ser dimensionadas em outras esferas, como na distribuição de cargos nas emissoras estatais. Entretanto, a pouca referência à situação de “cabide de empregos” tanto na administração de Sarney quanto na de Fernando Henrique Cardoso sugere uma desassociação desses dois governos às práticas calcadas nesta troca de favores, fato sem correspondência efetiva nas situações concretas.

Da lista dos 34 operadores negativos, onze não foram assinalados<sup>11</sup> nos oito anos de governo FHC. Outros cinco operadores têm presença inferior a 1% das matérias do período: censura, regulação ou ameaça à mídia comercial; infraestrutura obsoleta ou inadequada; estatização, intervenção no mercado e na livre concorrência; expressão chapa-branca; e pouca excelência/ inovação conteúdos, linguagens formatos. O restante dos demais 18 operadores assinalados representaram 29,8% dos qualificadores da gestão.

---

<sup>11</sup> Não tiveram marcações: “Baixa cobertura ou alcance/ sinal dos veículos públicos”; “Expressão TV Lula”; “Não alcança públicos/ regiões negligenciadas pela mídia comercial”; “Não estimula cultura ou produção regional e independente”; “Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribui para socialização do conhecimento”; “Pouco desenvolve integração nacional/ regional”; “Prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual”.

**Tabela 67** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: FHC

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	26	14,9%
Outro	24	13,8%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	22	12,6%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	15	8,6%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	15	8,6%
Caráter oficialista ou governamental	14	8,0%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	11	6,3%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	10	5,7%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	9	5,2%
Pouca autonomia e independência editorial	8	4,6%
Audiência traço ou irrelevante	7	4,0%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	7	4,0%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	7	4,0%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	7	4,0%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	6	3,4%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	4	2,3%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	3	1,7%
Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia	3	1,7%
Pouco mecanismo para debater temas relevantes	3	1,7%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	2	1,1%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	2	1,1%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	1	0,6%
Expressão chapa-branca	1	0,6%
Pouca excelência/inação conteúdos, linguagens formatos	1	0,6%

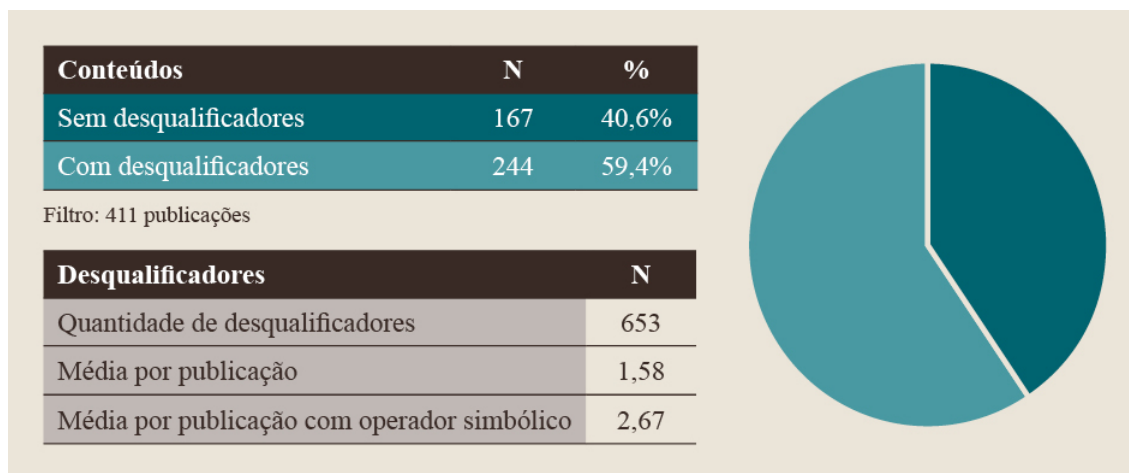
\*Percentuais calculados sobre o total das 174 publicações do período

A gestão de Luiz Inácio Lula da Silva é a que, em números absolutos, concentra a maior quantidade de desqualificadores, 653. É também o primeiro período de governo analisado em que a média de operadores simbólicos negativos por publicação (1,58) supera a média geral (1,47). Os elementos depreciativos estão presentes em 59,4% dos conteúdos publicados no período, tendência que se amplia na cobertura dos demais governos analisados.

Na comparação entre a mobilização de argumentos favoráveis e contrários à radiodifusão pública a administração petista evidencia o avanço dos aspectos negativos frente

aos positivos na cobertura realizada pela mídia comercial. Se o quantitativo de qualificadores do período chega a 455, os desqualificadores somam 653. A diferença entre os dois perfis de operadores é de 198 adjetivações depreciativas a mais que as positivas, aumento na ordem de 43,5%. A gestão Lula concentra, portanto, 28,3% de todos os qualificadores mapeados e 31,2% dos desqualificadores.

**Tabela 68** – Desqualificadores nas publicações: Lula



Novamente, comprova-se que a criação da EBC trouxe para o centro do debate da radiodifusão pública temas que até então eram negligenciados pela mídia comercial. Com base no levantamento sistematizado pela pesquisa, observa-se que a partir dessa nova agenda o estoque argumentativo com teor negativo se intensifica em frequência e quantidade. As abordagens do período também acabam ditando o tom da cobertura sobre a radiodifusão pública, pois se repetem nos governos subsequentes. Evidência disso é que os cinco operadores simbólicos mais utilizados para desqualificar a radiodifusão pública na administração Lula também encabeçam a lista da média geral, considerando todo o *corpus* da pesquisa. Em suma, a cobertura que a imprensa comercial dispensa à radiodifusão pública a partir do governo Lula direciona a pauta e os argumentos predominantes.

A principal preocupação da mídia privada durante a gestão Lula centra-se na instrumentalização política, partidária ou ideológica dos veículos públicos de comunicação, aspecto presente em 26,02% das publicações. Registrando mais de dez pontos a menos que esse percentual aparece como elemento mais citado o desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público (15,09%). Ainda com dois dígitos ficaram os índices sobre o caráter oficialista ou governamental (13,14%), a pouca autonomia e independência editorial (11,92%) e o uso das

emissoras públicas como cabide de empregos ou aumento da máquina pública (10,95%). Juntos esses cinco temas monopolizaram 48% dos argumentos pejorativos dos anos Lula.

Sete operadores simbólicos desqualificadores estiveram ausentes da cobertura<sup>12</sup>, porém temas pouco assinalados em outras gestões passam a ser explorados, principalmente os que vinculam expressamente as emissoras públicas de rádio e televisão ao governo de momento. Exemplo é a expressão “chapa-branca”, marcada apenas uma vez no governo Sarney e outra na gestão FHC e citada em 26 publicações da administração petista. Sem contar a expressão “TV Lula”, que surge com os debates sobre a criação da EBC e aparece em 30 textos publicados pela mídia comercial durante o período governado pelo presidente.

Nessa mesma linha de raciocínio, destaca-se a preocupação com o quesito “audiência traço ou irrelevante” dos veículos públicos de radiodifusão, que cresce substancialmente. Até então, o item não ultrapassou a casa dos 3% das publicações de cada governo e alcançou a marca de 6,57% nos mandatos de Lula.

**Tabela 69** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Lula

(continua)

Desqualificadores	N	Conteúdos
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	107	26,03%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	62	15,09%
Caráter oficialista ou governamental	54	13,14%
Outro	50	12,17%
Pouca autonomia e independência editorial	49	11,92%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	45	10,95%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	33	8,03%
Expressão TV Lula	30	7,30%
Audiência traço ou irrelevante	27	6,57%
Expressão chapa-branca	26	6,33%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	23	5,60%

(continua)

<sup>12</sup> Não tiveram marcações: “Não alcança públicos/regiões negligenciados pela mídia comercial”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribui para socialização do conhecimento”; “Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia”; “Pouco desenvolve integração nacional/regional”; “Pratica discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual”.

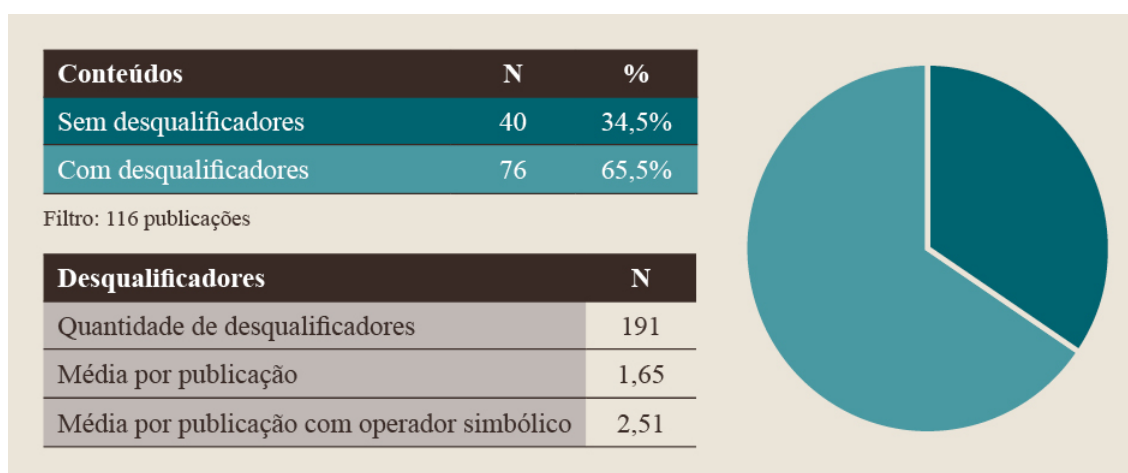
**Tabela 69** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Lula

(conclusão)

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	21	5,11%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	19	4,62%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	16	3,89%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	16	3,89%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	16	3,89%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	12	2,92%
Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos	10	2,43%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	8	1,95%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	5	1,22%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	5	1,22%
Não estimula cultura ou produção regional e independente	4	0,97%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	4	0,97%
Pouca excelência/inação conteúdos, linguagens formatos	4	0,97%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	2	0,49%
Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia	2	0,49%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	2	0,49%
Pouco mecanismo para debater temas relevantes	1	0,24%

\*Percentuais calculados sobre o total das 411 publicações do período

No governo de Dilma Rousseff, cai o quantitativo de notícias com elementos desfavoráveis à radiodifusão em relação ao aferido na gestão Lula. Todavia, a concentração de desqualificadores é proporcionalmente maior na comparação com o seu antecessor, alcançando a média de 1,65 elemento desta natureza por conteúdo e superando o mesmo índice geral. Quase dois terços (65,5%) das matérias veiculadas sob a gestão Rousseff trouxeram algum aspecto depreciativo sobre a radiodifusão pública. Na comparação com os operadores qualificativos, o quantitativo mais que dobra: parte de 37 inserções com qualificadores (presente em 31,9% das publicações) e para 76 conteúdos com desqualificadores. O período em análise apresenta 55 operadores desqualificadores a mais do que os qualificadores, sai de 136 e passa para 191, incremento de 40,4%. A presença proporcional de mais publicações de cunho pejorativo no mandato de Dilma reforça a tendência detectada no governo Lula: a petista reúne 8,2% do total de notícias e opiniões analisadas ao passo que concentra 9,1% dos desqualificadores. O fato se repete nos governos Temer e Bolsonaro.

**Tabela 70** – Desqualificadores nas publicações: Dilma

Assim como verificado na gestão Lula, os dois operadores desfavoráveis mais utilizados pelas matérias durante os mandatos de Dilma foram a instrumentalização política, partidária ou ideológica dos veículos públicos de radiodifusão (21,6%) e o debate sobre desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público (18,1%). O terceiro aspecto mais mencionado, a pouca observância de preceitos éticos nas atividades (14,7%), entra pela primeira vez como aspecto frequente das abordagens. Outros dois temas que figuram no topo da lista são a audiência traço ou irrelevante dos veículos públicos e a utilização dessas estruturas como cabide de empregos ou aumento da máquina pública, lembrados respectivamente por 9,5% e 8,6% dos textos.

Na gestão Dilma, oito operadores simbólicos não tiveram nenhuma marcação<sup>13</sup>, enquanto outros 13 não alcançaram presença em 1% das publicações. Supõe-se que essa pulverização de assuntos reflete, em alguma medida, o momento de crise política, econômica, social e institucional pelas quais o país passou durante o segundo mandato de Rousseff e que culminaram em seu *impeachment* em 2016. Desta maneira, percebe-se certa descentralização e perda de relevância da temática da radiodifusão pública nas páginas dos jornais investigados.

<sup>13</sup> “Estatização, intervenção no mercado/livre concorrência”; “Não alcança públicos/regiões negligenciados pela mídia comercial”; “Não estimula cultura ou produção regional e independente”; “Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribui para o incentivo à cidadania ou democracia”; “Pouco desenvolve integração nacional/regional”

**Tabela 71** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Dilma

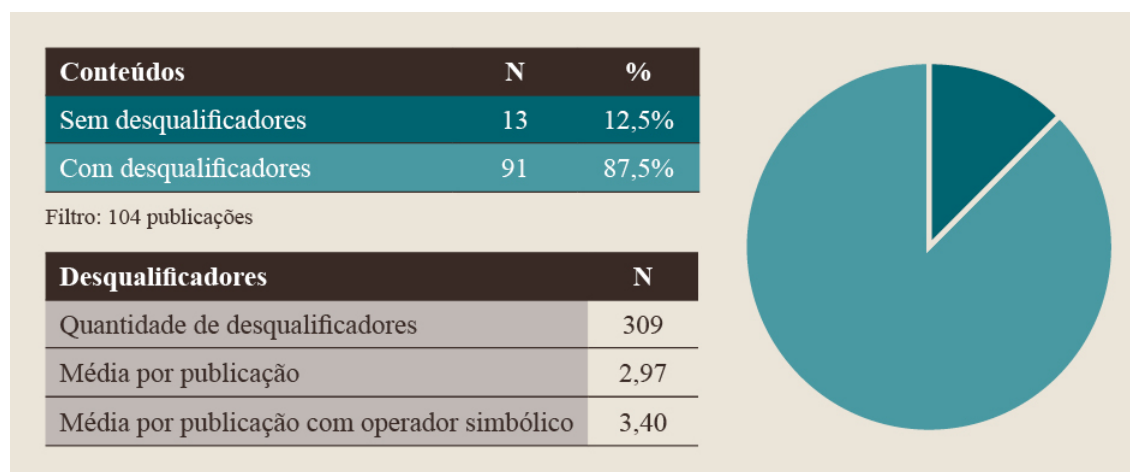
<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	25	21,6%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	21	18,1%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	17	14,7%
Audiência traço ou irrelevante	11	9,5%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	10	8,6%
Pouca autonomia e independência editorial	9	7,8%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	8	6,9%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	7	6,0%
Caráter oficialista ou governamental	6	5,2%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	6	5,2%
Expressão chapa-branca	4	3,4%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	4	3,4%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	4	3,4%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	4	3,4%
Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos	3	2,6%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	3	2,6%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	3	2,6%
Pouca excelência/inação conteúdos, linguagens formatos	3	2,6%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	2	1,7%
Pouco contribui para socialização do conhecimento	2	1,7%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	1	0,9%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	1	0,9%
Estatização, intervenção no mercado na livre concorrência	1	0,9%
Expressão TV Lula	1	0,9%
Não estimula cultura ou produção regional e independente	1	0,9%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	1	0,9%
Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural	1	0,9%
Outro	32	27,6%

\*Percentuais calculados sobre o total das 116 publicações do período

No governo de Michel Temer, as publicações com operadores simbólicos negativos alcançam, proporcionalmente, o maior percentual de toda a série histórica: quase nove em cada dez (87,5%) textos publicados contou com pelo menos um desqualificador. Embora

quantitativamente o número de matérias seja menor que o verificado em outras ocasiões, os dados trazem a média de quase três elementos desfavoráveis à radiodifusão pública para cada texto publicado. Enquanto os aspectos qualitativos retratados durante o governo Temer reúnem 5,8% dos operadores positivos de todo o período analisado, os desqualificadores dessa gestão alcançam a marca de 14,8% do total dos aspectos negativos abordados.

**Tabela 72** – Desqualificadores nas publicações: Temer



Em relação à tipificação dos operadores desqualificadores, os dois itens mais utilizados nas gestões petistas se repetem no governo emedebista. A instrumentalização política, partidária ou ideológica dos veículos públicos de radiodifusão é mencionada em 58,7% das publicações. O índice impressiona, pois até o momento nenhum outro operador em qualquer dos governos chegou a atingir a metade desse percentual. O segundo elemento pejorativo mais presente nas publicações refere-se ao debate sobre desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público, presente em 40,4% dos conteúdos.

Outros seis desqualificadores registram presença percentual acima dos dois dígitos em relação às publicações analisadas: cabide de empregos ou aumento da máquina pública (27,9%); audiência traço ou irrelevante (25%); espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos (18,3%); caráter oficialista ou governamental (17,3%); pouca autonomia e independência editorial (16,3%) e uso por políticos e por partidos para fins eleitorais (11,5%). Esses oito operadores em seu conjunto concentram quase três quartos de todos os desqualificadores das publicações da gestão Michel Temer. Os dados reforçam a tendência à concentração das críticas à radiodifusão pública em um conjunto restrito de temáticas.



Por outro lado, tal concentração do debate fez com que oito desqualificadores<sup>14</sup> não fossem marcados e outros sete marcaram presença em apenas uma publicação do período. Soma-se a isso fato de outros 13 operadores simbólicos negativos não registrarem presença em sequer 1% dos textos analisados.

**Tabela 73** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Temer

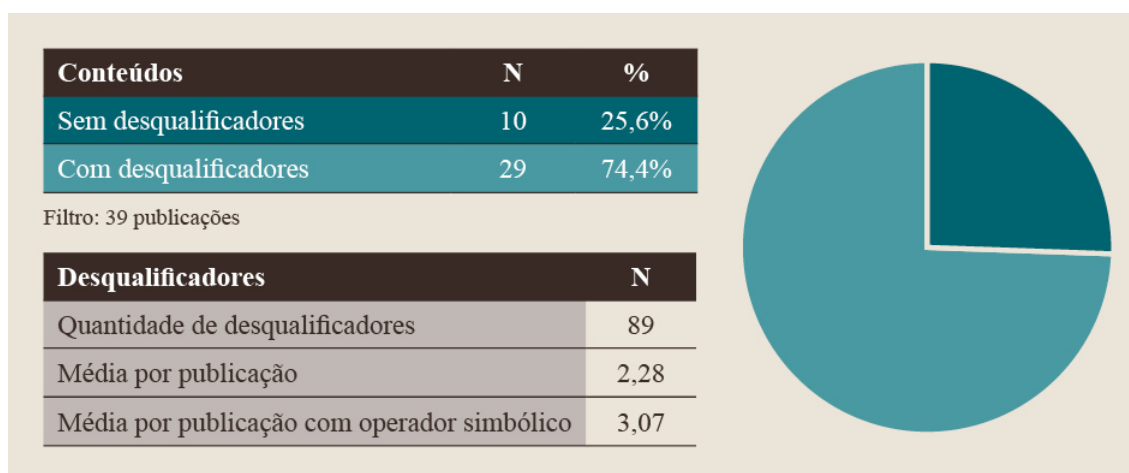
<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	61	58,7%
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	42	40,4%
Outro	30	28,8%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	29	27,9%
Audiência traço ou irrelevante	26	25,0%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	19	18,3%
Caráter oficialista ou governamental	18	17,3%
Pouca autonomia e independência editorial	17	16,3%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	12	11,5%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	8	7,7%
Expressão TV Lula	6	5,8%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	5	4,8%
Pouca sustentabilidade financeira dos veículos	5	4,8%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	4	3,8%
Expressão chapa-branca	3	2,9%
Pouca excelência/ inovação conteúdos, linguagens formatos	3	2,9%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	3	2,9%
Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos	2	1,9%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	2	1,9%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	2	1,9%
Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo	2	1,9%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	2	1,9%
Pouco contribui para socialização do conhecimento	2	1,9%
Pouco mecanismo para debater temas relevantes	2	1,9%
Prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual	2	1,9%
Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade	1	1,0%
Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais	1	1,0%

\*Percentuais calculados sobre o total das 104 publicações do período

<sup>14</sup> “Estatização, intervenção no mercado/livre concorrência”; “Não alcança públicos/regiões negligenciadas pela mídia comercial”; “Não estimula cultura ou produção regional e independente”; “Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia”.

A gestão Bolsonaro, da qual a pesquisa considerou apenas o ano de 2019, possui o segundo percentual proporcional com o maior número de publicações com operadores simbólicos negativos: dos 39 conteúdos analisados, 29 trazem algum aspecto desta natureza, o que representa três quartos de todo o material publicado no período analisado. Foram assinalados 89 desqualificadores, média de 2,28 características negativas para cada publicação, a segunda maior da série histórica. Os elementos equivalem a 4,3% dos 2.092 desqualificadores levantados ao passo que o governo Bolsonaro reúne 2,75% das 1.420 inserções do recorte de todos os governos.

**Tabela 74** – Desqualificadores nas publicações: Bolsonaro



A gestão Bolsonaro inverteu as posições dos dois elementos mais assinalados desde a gestão Lula. Os questionamentos a respeito do desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público subiu para a primeira posição como o elemento mais lembrado, presentes em 35,9% das matérias, enquanto a instrumentalização política, partidária ou ideológica figurou em 25,6% dos textos.

Outros sete operadores também se destacaram e registraram mais de dois dígitos de presença nas publicações: pouca autonomia e independência editorial (20,5%); cabide de empregos ou aumento da máquina pública (17,9%); ameaça à liberdade de imprensa, expressão (15,4%); prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual (12,8%); caráter oficialista ou governamental (10,3%); espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos (10,3%) e expressão TV Lula (10,3%). O último caso reforça a hipótese de que, a partir do governo Temer, a cobertura sobre os assuntos ligados à radiodifusão pública (ou à EBC, pois ela passa a monopolizar as abordagens sobre o tema) são tratados pela mídia

comercial como uma “herança negativa” dos governos petistas e, por isso, o modelo federal existente precisa ser reformulado, privatizado e até extinto.

Reitera-se ainda que, juntos, os nove operadores mencionados pelo parágrafo anterior concentraram 82% do total de características assinaladas no período Bolsonaro. Por esse motivo, 16 operadores não foram mencionados pela mídia comercial neste último ano de análises<sup>15</sup>.

**Tabela 75** – Presença de operadores simbólicos desqualificadores nas publicações: Bolsonaro

<b>Desqualificadores</b>	<b>N</b>	<b>Conteúdos</b>
Desperdício, gasto ou desvio de dinheiro público	14	35,9%
Outro	11	28,2%
Instrumentalização política, partidária ou ideológica	10	25,6%
Pouca autonomia e independência editorial	8	20,5%
Cabide de empregos ou aumento da máquina pública	7	17,9%
Ameaça à liberdade de imprensa, expressão	6	15,4%
Prática discriminação religiosa, política, étnica, gênero ou sexual	5	12,8%
Caráter oficialista ou governamental	4	10,3%
Espaço para propaganda de governos, partidos ou políticos	4	10,3%
Expressão TV Lula	4	10,3%
Audiência traço ou irrelevante	3	7,7%
Pouca autonomia, independência ou sustentabilidade financeira dos veículos	3	7,7%
Pouca observância de preceitos éticos nas atividades	3	7,7%
Censura, regulação ou ameaça à mídia comercial	2	5,1%
Infraestrutura obsoleta ou inadequada	1	2,6%
Não atende a pluralidade de temas, fontes de produção, programas, formatos, conteúdos	1	2,6%
Pouco contribui para socialização do conhecimento	1	2,6%
Relação com chefe do Executivo ou seu partido	1	2,6%
Uso por políticos e por partidos para fins eleitorais	1	2,6%

\*Percentuais calculados sobre o total das 39 publicações do período

<sup>15</sup> “Baixa cobertura ou alcance/sinal dos veículos públicos”; “Conteúdos pouco atrativos, elitistas, pouca criatividade”; “Estatização, intervenção no mercado/livre concorrência”; “Expressão chapa-branca”; “Não alcança públicos/regiões negligenciada pela mídia comercial”; “Não estimula cultura ou produção regional e independente”; “Não exerce papel educativo, artístico, cultural, científico e informativo”; “Parcerias e produção nacional vistas como negativas ou ameaça à mídia”; “Pouca excelência/ inovação conteúdos, linguagens formatos”; “Pouca presença na internet ou pouco conteúdo interativo”; “Pouca qualidade do corpo técnico ou dos profissionais”; “Pouca sustentabilidade financeira dos veículos”; “Pouco contribui para formação crítica, educacional e cultural”; “Pouco contribuiu para o incentivo à cidadania ou democracia”; “Pouco desenvolve integração nacional/regional”; “Pouco mecanismo para debater temas relevantes”.

### *5.3 A concentração de qualificadores e desqualificadores*

Sintetizando o levantamento apresentado neste capítulo, é possível construir alguns paralelos sobre a mobilização, pela imprensa comercial, dos operadores simbólicos que permeiam a temática da radiodifusão pública. A primeira constatação, de fácil percepção pela análise quantitativa, é a de que a pauta sobre o serviço público de rádio e televisão é apresentada pelos veículos comerciais mais por seus aspectos desqualificadores do que o contrário.

O dado geral atesta o desequilíbrio na proporção entre os elementos. Enquanto 35,4% das publicações possuem alguma característica favorável na construção argumentativa do texto informativo ou opinativo, 53,8% do material analisado recorre aos elementos de cunho negativo. Dito de outro modo, para cada aspecto qualificador apresentado pelos conteúdos as publicações registram uma característica desqualificadora e meia. São 502 textos com elementos positivos e 764 com termos negativos sobre a radiodifusão pública.

Porém, a situação varia de intensidade e frequência a depender do ciclo político do Executivo Federal. Comparando a média de elementos positivos e negativos por publicação, constata-se, por exemplo, que durante a ditadura militar e as gestões Sarney, Itamar e Fernando Henrique Cardoso a quantidade proporcional de operadores positivos supera a de operadores negativos. Cenário inverso para os demais períodos, sendo que as abordagens de cunho pejorativo se ampliam significativamente após criação da Empresa Brasil de Comunicação.

Esse ponto é importante para a compreender que, embora as abordagens pejorativas sejam indiscutivelmente impulsionadas pelas ameaças de alterações estruturais no modelo de radiodifusão vigente, os ataques ao serviço público de rádio e televisão apresentam direcionamentos e intensidades diferentes a depender do grupo de agentes que está à frente do poder político. As análises segmentadas revelam que, a partir da redemocratização, a imprensa comercial mobiliza um rol específico de operadores negativos para referir-se à radiodifusão pública. Contudo, os ataques são intensificados em dois momentos: quando os atores políticos à frente destas mudanças estruturais passam a divergir das expectativas de projeto econômico defendido pelo mercado de mídia; e quando a convergência dessas plataformas (a política e a dos grupos midiáticos comerciais) se reestabelece.

No primeiro caso, entende-se que alterações efetivas no modelo de radiodifusão vigente só seriam possíveis em conjunturas política, institucional e econômica específicas. A junção de elementos começou a se materializar no Brasil com a ascensão de partidos situados mais à esquerda do espectro ideológico ao poder político majoritário. Grupos que, por sua vez, defendem maior centralidade do papel do Estado perante as agendas e plataformas de governo,

sejam elas convertidas ou não em políticas públicas. Em outras palavras, as mudanças normativas e institucionais que acompanharam a EBC estiveram calcadas no compromisso do Estado com o financiamento e com o fortalecimento de políticas públicas voltadas ao setor, fato que provocou reações mais direcionadas da imprensa comercial ao tema da radiodifusão pública. Assim, os jornais passaram a enfatizar com mais veemência as duas linhas argumentativas que sempre estiveram presentes na representação pejorativa sobre as emissoras públicas: o aparelhamento e a instrumentalização desses veículos pelo poder político e o mau uso dos recursos públicos para financiá-los.

O segundo momento de intensificação no uso dos desqualificadores é percebido quando finda os governos petistas. Todavia, a associação entre os agentes e os temas abordados se desloca. Nas administrações de Temer e Bolsonaro, os argumentos pejorativos apresentados se desvinculam do poder político vigente e os jornais passam a referenciar o tema como uma herança negativa deixada pelos governos passados. A impressão latente é a de que as duas gestões mais à direita do espectro político-ideológico são lidas, pela mídia comercial, na condição de agentes que trabalharão para reduzir o espaço que a mídia pública, representada pela EBC, ocupa no campo da radiodifusão. Todavia, essa leitura é uma apreensão subjetiva das argumentações, perspectiva válida, legítima e fundamental para os processos de inferência em qualquer estudo de conteúdos de âmbito descrito-quantitativo.

Complementarmente a essa interpretação, buscou-se então uma maneira de, a partir dos dados, relacionar qual seria o peso dos governos e qual o peso institucional da Empresa Brasil de Comunicação nesse aumento proporcional da quantidade de conteúdos que abordam a radiodifusão pública por suas características mais negativas. Avaliou-se então a concentração<sup>16</sup> qualificadores e desqualificadores nas publicações antes, durante e depois desses períodos (Tabela 76). Como muitos dos ataques à radiodifusão pública se vinculam à figura de Lula ou à EBC, segmentou-se também a concentração com base em outros marcos de divisão temporal, agrupando ciclos de tempo maiores.

Por esses recortes, percebe-se que o período entre a ditadura até o final da administração de Fernando Henrique Cardoso reúne 63,9% de todas as inserções que trazem apenas elementos qualificadores. Significa que quase dois terços dos conteúdos deste ciclo apresentam apenas operadores simbólicos favoráveis à radiodifusão pública enquanto a mesma análise para os desqualificadores mostra que o período concentra 41,3% das publicações de carga negativa.

---

<sup>16</sup> Soma-se as variáveis “apenas qualificadores” e “qualificadores e desqualificadores” e divide-se pelo total de publicações com operadores simbólicos do referido período. Aplica-se o mesmo para a análise dos desqualificadores.

Estendendo o recorte até o final do primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, aumentam os percentuais da concentração de matérias exclusivamente com qualificadores (76%), mas também desqualificadoras (46,7%).

Contudo, os percentuais se invertem quando se filtra o período após a criação da EBC: mais da metade das matérias (53,3%) passa a concentrar características de ênfase estritamente negativa ao passo que o índice de conteúdos com aspectos de carga simbólica positiva cai drasticamente para o percentual de 24%. Dessa forma, é possível associar que a EBC e as políticas públicas que a consolidou, comprovadamente, foram o divisor de águas para a mudança das abordagens da mídia comercial em relação às temáticas que envolvem o serviço público de radiodifusão.

**Tabela 76** – Concentração das publicações com operadores simbólicos por ciclos

<b>Período</b>	<b>Apenas desqualificadores</b>	<b>Apenas qualificadores</b>
<b>Ditadura / FHC</b> 1975 a 2002	41,3%	63,9%
<b>Ditadura / 1º Lula</b> 1975 a 2006	46,7%	76,0%
<b>Collor / FHC</b> 1990 a 2002	20,1%	25,9%
<b>Lula / Dilma</b> 2003 a 2016	41,5%	33,3%
<b>Ciclo EBC</b> 2007 a 2019	53,3%	24,0%
<b>Temer / Bolsonaro</b> 2016 a 2019	17,2%	2,8%

Quando se observa a concentração dos operadores simbólicos utilizados pelos veículos a partir da segmentação por ciclos, essas tendências se confirmam. No recorte da ditadura até o período FHC, as abordagens concentram 57,4% de todos os elementos qualificadores e 42,4% dos desqualificadores identificados pela investigação. Ampliando a observação para o primeiro mandato Lula nota-se que os dois índices aumentam para 67,3% e 47,9%, respectivamente. Dessa forma, registra-se que não há inversão de tendências de uso de características positivas e negativas nas abordagens da mídia comercial nos primeiros quatro anos do governo petista. Apenas no ciclo EBC que situação se altera, e o período de 2007 a 2019 concentra mais da metade (52,1%) de todos os desqualificadores mapeados pela pesquisa e um terço dos qualificadores (32,7%).

Ilustrativamente, inseriu-se outros três recortes nessa segmentação sobre a concentração dos qualificadores e desqualificadores. O período Collor até FHC, governos que se alinham à política neoliberal defendida pelos veículos comerciais, concentra mais elementos positivos (23,1%) do que negativos (19,6%) nas abordagens sobre a radiodifusão pública. Diferentemente do que ocorre nas duas gestões petistas, nas quais a carga de aspectos favoráveis à radiodifusão pública (36,9%) é menor que as negativas (41,9%). Diverge dessa tendência os governos Temer e Bolsonaro, nas quais o uso de qualificadores pelas publicações despenca, em nítida aposta da imprensa comercial pelo restabelecimento de uma “normalidade” no ecossistema de radiodifusão hegemonicamente privado.

**Tabela 77** – Concentração de qualificadores e desqualificadores nas publicações por ciclos de governos

<b>Período</b>	<b>Apenas desqualificadores</b>	<b>Apenas qualificadores</b>
<b>Ditadura / FHC</b> 1975 a 2002	42,4%	57,4%
<b>Ditadura / 1º Lula</b> 1975 a 2006	47,9%	67,3%
<b>Collor / FHC</b> 1990 a 2002	19,6%	23,1%
<b>Lula / Dilma</b> 2003 a 2016	41,9%	36,9%
<b>Ciclo EBC</b> 2007 a 2019	52,1%	32,7%
<b>Temer / Bolsonaro</b> 2016 a 2019	15,7%	5,8%

A combinação entre a leitura do material e a sistematização descritiva dos dados até aqui desvela caminhos para a interpretação sobre a manifestação das disputas simbólicas do campo da radiodifusão na mídia comercial. Identifica-se quatro núcleos argumentativos ao longo destes 45 anos de análise: 1) a radiodifusão como instrumento para a valorização da cultura e da integração nacional, que coincide com a presença de mais matérias com aspectos qualificadores na época da ditadura; 2) a tradição cultural e a qualidade da programação das emissoras públicas, baseada principalmente na experiência da TV Cultura de São Paulo e aparentemente mais lembrada durante os governos de Fernando Henrique Cardoso; 3) a radiodifusão pública retratada de forma mais incisiva por seus aspectos institucionais pejorativos e politicamente vinculada à gestão do Executivo Federal durante as gestões petistas; 4) e a esperança de retorno à “normalidade” da tradição comercial hegemônica no campo da

radiodifusão, corroborada pelo apelo à extinção ou privatização da EBC com as gestões Temer e Bolsonaro.



**PARTE III – SÍNTESE DAS DESCOBERTAS E CONSIDERAÇÕES FINAIS**

### **Da prática à teoria (e da teoria à reflexividade)**

Investigar o campo da radiodifusão pública por meio do olhar fiel às contribuições epistemológicas, teóricas e metodológicas de Pierre Bourdieu sustentou e direcionou os processos de tomadas de decisão (LOPES, 2018; BRAGA, 2011b) da presente pesquisa. Nos primeiros capítulos, os esforços centraram-se em fundamentar o percurso que deu os contornos à pesquisa. Colocou-se em evidência o relato científico sobre as possibilidades operacionais e interpretativas que o instrumental intelectual do sociólogo francês oferece à radiodifusão pública pela linguagem da praxiologia, um movimento que vai da teoria à prática, orientando os rumos do estudo e os procedimentos de coleta e sistematização quantitativa e qualitativa dos dados empíricos.

Todavia, a outra face da praxiologia de Bourdieu postula que a observação sistemática desse empírico também precisa se transmutar ao nível teórico, ou seja, deve-se partir da prática para desvelar (e testar) a teoria, exercitando operações de abstração, universalização e generalização. Estas considerações finais retomam o segundo movimento para sintetizar os principais “achados” deste estudo. A partir dos dados e inferências empíricas, reapropria-se dos conceitos de campo, *habitus*, capitais e violência simbólica para relançar a ótica bourdieusiana às análises sobre como a mobilização dos agentes, a (in)visibilização dos temas e a frequência de abordagens qualificadoras e desqualificadoras da radiodifusão pública pela imprensa comercial que impactam a legitimidade, o prestígio e o reconhecimento das emissoras públicas de rádio e televisão.

Apesar da sensação de que esse processo ocorreu de forma segmentada – primeiro a teoria, depois a prática empírica e por fim o retorno à teoria – ressalta-se que ele foi constante e não linear. De acordo com a lógica de Bourdieu, é impossível construir o empírico dissociado do teórico, pois sua materialização é ao mesmo tempo produto e produtora desse olhar abstrato, e vice-versa. Dito de outro modo, este é o espaço reservado para colocar as premissas basilares do pensamento praxiológico de Bourdieu à prova (BOURDIEU, 1989), entrelaçando-as com a sociologia reflexiva.

Foi o diagnóstico das práticas científicas existentes que ratificou a necessidade de se buscar novos caminhos e possibilidades à área. Assim como foi o levantamento sobre os usos da teoria da prática nas pesquisas sobre a radiodifusão pública que revelou a relevância de se trabalhar o instrumental bourdieusiano em sua integralidade e indissociabilidade. Esse é o verdadeiro exercício da dúvida radical defendido por Bourdieu (1989), aplicado aos processos

e procedimentos desta tese e que proporcionou à pesquisa seu caráter original e inédito nos estudos sobre as políticas de comunicação.

Ressalta-se que a base empírica consolidada se mostrou tão rica e diversa que este estudo não conseguirá explorar todo o potencial argumentativo que dela suscita. Após esse exaustivo diagnóstico das publicações da mídia comercial sobre a radiodifusão pública, o foco é construir sínteses que respondam à pergunta e aos objetivos colocados ao trabalho. Desta feita, as próximas linhas transmitem para o campo da radiodifusão pública as dimensões funcionais e operantes (GRENDEL, 2018) dos princípios postulados por Bourdieu, ancorados no levantamento científico sistemático que mapeou a mobilização de temas, agentes, argumentos e crenças da imprensa comercial sobre a radiodifusão pública.

O ponto de partida tece as repostas às demais interpretações e relações pretendidas: como as representações construídas pelos jornais se constituem em exercício de violência simbólica do grupo dominante (comercial) sobre o polo dominado (público) da radiodifusão; se existe a inculcação de *habitus* para as emissoras públicas de rádio e televisão construído argumentativamente pelo olhar da mídia comercial; e em que medida tais construções argumentativas condicionam a própria legitimidade do serviço de radiodifusão pública no Brasil.

### **A radiodifusão pública sob a ótica da mídia comercial e sob o olhar de Bourdieu**

A legitimidade, o reconhecimento e o prestígio da radiodifusão pública no Brasil sempre foram a questão central desta tese. Entretanto, escolheu-se um recorte específico para observá-las, a ótica da imprensa comercial, sob a premissa de que os meios de comunicação têm o poder de “produzir, impor e inculcar a representação legítima do mundo social” (BOURDIEU, 1983b) ou ainda de determinar sentidos de mundo. Em suma, o que os veículos de mídia dizem sobre determinado tema, mesmo não sendo a visão única e absoluta, impacta na própria construção do que é considerado real. Assim, a forma como as emissoras públicas de radiodifusão são retratadas, ou representadas, pela mídia acaba conformando imagens e interpretações coletivas sobre este perfil de veículos.

Existe, portanto, uma disputa simbólica entre o campo midiático e outros campos sociais em torno desse “efeito de legitimação” (BARROS FILHO; MARTINO, 2003). No caso específico das representações da mídia comercial sobre a radiodifusão pública, há outro componente de tensão. As emissoras públicas e comerciais são “concorrentes” dentro do mesmo campo e as lutas pela definição das visões legítimas de mundo também englobam

disputas por outras formas de capitais que não só irão determinar quem ocupa o polo dominante deste universo como quem irá deter o poder de instituir as lógicas de funcionamento e as crenças compartilhadas pelo próprio campo.

Importante reiterar que ao abordar os “grupos dominantes”, Bourdieu (1989) menciona a existência de uma homologia de posição, por meio da qual esses agentes, mesmo em campos distintos, se relacionam, constroem alianças e ocupam posições semelhantes, atuando pelos mesmos interesses e sob os mesmos princípios e crenças. Muitas vezes, o mesmo grupo detém o poder dominante em campos distintos. Por isso amplia-se a universalização das análises sobre a grande imprensa comercial – neste trabalho sob o recorte dos três veículos impressos de comunicação – para os meios de comunicação hegemônicos de uma maneira geral. O paralelo também serve ao polo dominado. Quando falamos em radiodifusão pública, aqui representada majoritariamente pela figura da EBC, também estende-se o exercício de generalização para a mídia pública em sentido mais amplo.

De acordo com a teoria de Bourdieu, quanto maior a desigualdade na distribuição dos capitais entre os concorrentes de um campo, mais os grupos dominantes têm o poder de condicionar “as regras do jogo” e fazer valer seus interesses e visões. Por consequência, quanto mais desequilibradas são as disputas, mais o campo se torna homogêneo, pois as lógicas instituídas pelo poder dominante restringem as possibilidades de mobilização de forças dos agentes do polo dominado para alterar tais dinâmicas.

É o caso do campo da radiodifusão e sua formatação histórica com ênfase na vertente comercial. Embora o serviço tenha surgido no país pelas experiências educativas e não-comerciais, desde a regulamentação da publicidade no rádio (instituída em 1932 por decreto de Getúlio Vargas), o sistema privado-comercial segue mais legitimado, mais acessado e mais próximo de grande parte da população brasileira (PINHEIRO, 2019).

Se os postulados de Bourdieu defendem que essa conformação estrutural e estruturada têm seus contornos definidos pelas articulações entre os agentes do campo, o espaço social da radiodifusão solidificou-se no Brasil pelas relações dos empresários e donos das corporações de mídia, detentores do poder econômico, com os agentes do poder político, numa simbiose de concessões públicas voltadas a conveniências político-partidárias (ESCH; BIANCO, 2016) que funcionaram como moeda de barganha por subsídios fiscais, destinação de verbas publicitárias governamentais e investimento estatal em infraestruturas que sustentam e reproduzem essa força do polo comercial.

Sem contar a forte atuação destes mesmos grupos perante o ambiente normativo e as políticas públicas que regem o setor de radiodifusão, ora definindo marcos regulatórios que

privilegiam o mercado e garantem o fluxo livre de capitais ora impedindo que o Estado atue para regular as desigualdades existentes no campo. Em relação ao último ponto, de um lado destaca-se a ausência de regulamentação infraconstitucional que fiscalize a proibição de monopólios e oligopólios. Do outro, a existência de um marco regulatório desatualizado, incongruente, disperso, anacrônico e baseado em princípios vagos (MIOLA, 2012; RAMOS, 2008).

Acrescenta-se a esse cenário estrutural, a conformação de um sistema público de comunicação frágil e incipiente, com “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”. (CARVALHO; VERRI; OLIVEIRA, 2020, 59-60). Esch e Bianco (2016) mencionam ainda a condição de origem das emissoras não-comerciais no Brasil, que surgem por iniciativas de governos e, portanto, dependentes organizacionalmente e financeiramente deles. Sendo assim, “herdaram uma estrutura administrativa centralizada, marcada pela atuação sem independência editorial e financeira, não submetidas a mecanismos de transparência e *accountability*” (p. 160).

Essas propriedades formataram um campo no qual a vertente comercial adquiriu peso desproporcional e se tornou hegemônica, alcançando papel de protagonista e ditando caminhos para a história do rádio e da televisão no Brasil. (OLIVEIRA; BIANCO, 2020). Seguindo a lógica bourdieusiana, esse processo de luta concorrencial entre os agentes é um movimento natural dentro do campo. No entanto, o extremo desequilíbrio de forças em um setor crucial para a garantia da pluralidade e diversidade de vozes e para o exercício da cidadania, relega às emissoras públicas de rádio e televisão uma posição tão à margem do jogo que as impedem de exercer, efetivamente, seu papel público na constituição de uma mídia democrática.

O arsenal econômico que os veículos comerciais dispõem é incontestado e a teoria bourdieusiana reconhece que os agentes que concentram esse tipo de capital se encontram em vantagem competitiva no campo. Por isso, o foco por mapear os argumentos e as mobilizações de agentes e temas sobre a radiodifusão pública foi extrapolar a ênfase econômica e desvelar os aspectos simbólicos que produzem e reproduzem a “eficácia ideológica” das propriedades descritas acima. Contudo, como a concentração econômica deste campo é extrema, o poder simbólico que o grupo dominante exerce no campo sempre se manteve elevado, muitas vezes eliminando as nuances que distingue um poder do outro.

Em outras palavras, o poder dos agentes é proporcional ao *quantum* (ORTIZ, 1983) de capitais que eles detêm, mas também é legitimado pelo reconhecimento social e simbólico que validam as práticas e lógicas desse grupo. Sendo que os veículos comerciais de comunicação

brasileiros concentram em si todos os elementos capazes de alçar uns agentes e não outros ao topo da hierarquia social dos campos: é o ator mais importante; detém o controle absoluto de capital econômico, social e cultural; concentra o reconhecimento da sua legitimidade de atuação; e se constitui (atual e potencialmente) como o agente dominante dessas estruturas. Pelas dinâmicas dos campos cabem aos dominantes desenvolver estratégias de conservação desses capitais e, aos dominados, lutar pelas estratégias de subversão dessa lógica.

Começando pelo exercício de generalização mais simplista, os dados dessa pesquisa atestam que as disputas simbólicas travadas no campo da radiodifusão, quando construídas pela mídia comercial, ratificam e reproduzem as lógicas de funcionamento dessas estruturas. De acordo com os operadores simbólicos mapeados, a mídia comercial reconhece, por exemplo, a função artística, cultural, educativa, científica da radiodifusão pública, bem como sua relevância para o estímulo à cultura nacional, à produção regional e independente e à formação crítica, educacional e cultural do cidadão. Entretanto, impõem limites claros para essa atuação. Ao associar sistematicamente a radiodifusão pública como mecanismo de instrumentalização política, partidária ou ideológica, atacar os investimentos do poder público nesse setor como gasto ou desperdício de dinheiro público ou ainda reduzi-lo ao seu caráter governamental e oficialista, as abordagens deixam seu recado implícito: o serviço público de radiodifusão até tem razão de existir, mas não pode ser financiado ou manter qualquer outro tipo de vínculo com governos, pois nessa condição os veículos sempre serão usados para fins políticos ou eleitorais. Nota-se que, neste caso, a palavra “governo” é aplicada genericamente e serve para designar (e reduzir) indistintamente todas as categorias que se vinculam ao campo político, sejam as governamentais, as estatais ou as públicas.

Dessa constatação iniciam-se interpretações da camada mais profunda envolvendo as disputas simbólicas. Os cruzamentos entre a mobilização dos operadores qualificadores e desqualificadores da mídia pública com os períodos de governo revelam que as proximidades ou distanciamentos das relações entre o poder político (representado pelos ciclos presidenciais) e o poder econômico (a mídia comercial) representam mudanças, recuos ou intensificações dos argumentos utilizados.

É possível inferir que o ataque da instrumentalização político-partidária não consiste em um compromisso dos veículos comerciais com a missão genuinamente pública das emissoras não comerciais. Ao contrário, a leitura do “governamental” e “oficial” é intensificada, reforçada e repetida quando há ameaça real de investimento e fortalecimento do campo público de radiodifusão por meio de ações que eventualmente possam se configurar como políticas de Estado e, assim, alterar estruturalmente as lógicas de funcionamento do setor.

Logo, o ataque aos “governos” são argumentos que disfarçam a disputa simbólica latente, posta pelos agentes da mídia comercial: combater a ideia de um Estado forte que intervém em “questões” que pertencem exclusivamente ao mercado, sendo a comunicação (e a radiodifusão) uma delas. Na prática, a desqualificação intensa da radiodifusão pública enquanto aparelhamento do poder político simboliza uma visão de mundo que desvaloriza, diminui e até criminaliza o papel do Estado na sociedade, independentemente sob qual esfera ou âmbito ele esteja representado. Em seu oposto, exalta o modelo liberal como legítimo e, no caso dos veículos de mídia, destituído de vieses e interesses para além da verdade e objetividade dos fatos. Esse é o claro exercício de violência simbólica que os veículos comerciais exercem perante a radiodifusão pública. Na sua aparência de naturalidade objetiva, inculca uma leitura de mundo cujos valores não só negam como inviabilizam a existência de um sistema público forte de comunicação.

Instaura-se, então, um paradoxo: as potencialidades qualificadoras da mídia pública só são evidentes, reconhecidas e legítimas para a imprensa comercial quando os governos se comprometem, explícita ou tacitamente, com a preservação da posição historicamente ocupada pelos veículos privados de comunicação neste campo. E, para que isso ocorra, o Estado não pode ocupar posição central de regulador das políticas, financiador das instituições que fortalecem esse sistema público e tampouco explorador desse serviço, garantias que são constitucionais. A disputa simbólica mais abstrata reside, dessa maneira, nas lutas entre público e privado; Estado e mercado; política e economia.

A constatação de que a mídia pública só tem razão de existir se ocupar o lugar certo e determinado pela mídia comercial encontra-se, por exemplo, na tendência qualificadora da mídia pública concentrada na ditadura militar e nos governos liberais da década de 1990, gestões em que a própria noção de “sistema público de comunicação” era inexistente. O que havia, até então, eram experiências de emissoras de âmbito estatal e/ou educativo com atuação local e regional, em geral vinculadas a universidades, fundações ou órgãos de governo. São isolados os casos de emissoras que conseguiram construir uma política institucional clara que fortalecesse seu caráter público e garantisse mecanismos de participação e controle social, ou ainda que conseguiram formar parcerias sólidas e redes de alcance nacional com potencial para aumentar a capilaridade social desses veículos. Referências nesta atuação, como a TV Cultura e a TVE do Rio Grande do Sul – a última atualmente gerida pela Secretaria de Comunicação do Governo do Rio Grande do Sul, após a extinção da Fundação Piratini –, sempre passam por ciclos de crises financeira e institucional que ameaçam e até extinguem as políticas e os projetos instituídos. Ainda assim, não são modelos que podem ser considerados como um sistema, capaz

de orientar, alimentar, fortalecer e garantir sustentabilidade (inclusive financeira) a frações significativas do campo público da radiodifusão.

Ainda pela ótica da grande imprensa comercial, cabem às emissoras públicas exercerem a sua finalidade educativa, artística, cultural ou informativa, característica qualificadora unânime em oito dos nove governos analisados. Assim como sua contribuição para o estímulo à cultura nacional e à produção regional e independente, segundo operador simbólico mais mencionado na análise geral. Obviamente, as duas missões estão no cerne dos princípios da mídia pública, mas colocá-las como objetivos dominantes é reduzir a função social desses veículos. Mesmo porque as emissoras comerciais, por força constitucional, também precisam cumprir tais requisitos. No geral, percebe-se que as potencialidades e possibilidades da mídia pública são amplamente negligenciadas, sendo residual o debate sobre o papel deste segmento para promover a pluralidade e diversidade, o direito à comunicação, a construção da cidadania e o fortalecimento da democracia. Em suma, a radiodifusão restrita à sua função educativa e estatal não ameaça os espaços que a mídia comercial deseja ocupar.

Desta feita, as abordagens da mídia comercial sobre a radiodifusão pública mudam significativamente, em intensidade e em foco, quando iniciam-se articulações e implementações de políticas públicas para alterar esse cenário. Nas entrelinhas, o ataque não se restringe à EBC, recorte símbolo deste trabalho. É ao projeto de uma comunicação pública atrelado a governos que se fundamentam na ideia de um Estado forte e que, por isso, não se omite enquanto agente estruturante da sociedade.

Não é intuito deste estudo adentrar ao mérito da discussão sobre as fragilidades desse novo modelo público de comunicação, se ele conseguiu alterar “os vícios” e limites aqui mapeados ou ainda se esses governos fizeram ou não uso político e eleitoral desses veículos. O que essa pesquisa revela é o não reconhecimento absoluto desse modelo de radiodifusão pública, ainda que em plano ideal, pela mídia comercial. As práticas que estão sendo consolidadas pela experiência da EBC pouco importam, pois a preocupação de fundo não é contribuir para blindar o sistema público das interferências governamentais e políticas ou garantir a existência dessas emissoras em sua missão e função social. Os ataques pregam insistentemente a extinção ou a privatização dessas experiências. Campanha que é intensificada nos dois últimos governos (Temer e Bolsonaro), quando homologia entre o campo político e o econômico se intensifica e a mídia comercial enxerga terreno fértil para o desmonte do projeto EBC.

Completando o tripé dos conceitos fundamentais do construto bourdieusiano, retoma-se ao de *habitus*, ou seja, à disposição do indivíduo ou grupo de agir de uma determinada forma



para ser identificado e reconhecido como tal. No caso da radiodifusão comercial, ela se atribui o *habitus* de agir com neutralidade, imparcialidade e objetividade, embora suas práticas, de fato, frequentemente contradigam essas características. Já essa mesma mídia comercial atribui à radiodifusão pública o *habitus* de instrumentalizada pelo governo, partidária e dispendiosa, independentemente de como essas emissoras atuem. Percebe-se também que os veículos analisados tendem a agir de forma parecida. Não há diferenças significativas nas coberturas realizadas por eles. Como agentes do polo dominante do campo midiático, movem-se por valores e visões de mundo semelhantes.

Entende-se que, em âmbito prático, os principais achados da pesquisa são que, diferentemente do esperado, há uma cobertura significativa sobre a radiodifusão pública pela mídia comercial. Essa cobertura torna-se mais intensa nos momentos em que há sinais políticos de que o campo da radiodifusão deve ser reestruturado. Nos momentos de maior tensão entre poder político e midiático, a cobertura torna-se mais informativa, já em governos com ideário liberal, avança a cobertura opinativa. Constata-se ainda a visível a fragilidade argumentativa na cobertura. No período analisado, apareciam com frequência os mesmos argumentos, repetidos à exaustão, raramente aprofundados com novos dados ou com a opinião de especialistas, vinculados à deslegitimação da radiodifusão pública. As dimensões centrais das temáticas tinham, em ordem de importância, características institucionais, políticas, socioculturais, e somente por fim, econômicas e normativas. Essa falta de ênfase econômica causou estranhamento, já que, achava-se, pelo senso comum, que as críticas à radiodifusão pública iriam priorizar os ônus causados aos cofres públicos. Entretanto, a disputa econômica ganha força quando se destrincha os operadores simbólicos da radiodifusão pública, evidenciando que ela se configura como uma disputa camuflada, porém com alto poder mobilizador das forças deste campo.

Assim, a hipótese levantada por este estudo foi comprovada. A mídia comercial e os veículos analisados, como agentes do campo, desenvolvem e reforçam representações redutoras da radiodifusão pública. De fato, cometem violência simbólica contra o campo e, em consequência, contra toda a sociedade, que fica assim prejudicada em seu direito à informação, à comunicação e ao conhecimento.

## REFERÊNCIAS

ARROYO, Luis; BECERRA, Martín; GARCÍA CASTILLEJO, Ángel; SANTAMARÍA, Óscar. **Caixas Mágicas**: o renascimento da televisão pública na América Latina. Madri: Tecnos, 2012.

AZEVEDO, Fernando Antônio. **A grande imprensa e o PT (1989-2014)**. São Carlos: EdUFSCar, 2017. [livro eletrônico].

BARBOSA, Marialva Carlos. **Percursos do olhar**: comunicação, narrativa e memória. Niterói: EdUFF, 2007.

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

BARROS, Chalini Torquato G. **Radiodifusão e telecomunicações**: o paradoxo da desvinculação normativa no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2010. [online].

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.

BIANCO, Nélia Rodrigues del; ESCH, Carlos Eduardo Machado da Costa; MOREIRA, Sônia Virgínia. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. **Revista FSA**, Teresina, v. 10, n. 4, p. 67-86, out./dez. 2013a.

BIANCO, Nélia Rodrigues del; ESCH, Carlos Eduardo Machado da Costa; MOREIRA, Sônia Virgínia. Observatório da radiodifusão pública na América Latina: balanço de um ano de atuação. **Revista Eptic Online**, v. 15, n. 2, 2013b.

BIANCO, Nelia Rodrigues del; PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão pública brasileiro. In: BIANCO, N. R.; KLÖCKNER, L.; FERRARETTO L. A. *80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. p. 12–33.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luís Felipe. **Notícias em disputa**: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil. São Paulo: Contexto, 2017.

BITTLINGMAYER, Uwe. Contra a naturalização da segunda natureza! A sociologia de Pierre Bourdieu entre crítica e política. In: SOUZA, Jessé; BITTLINGMAYER, Uwe (org.). **Dossiê: Pierre Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

BOURDIEU, Pierre (coord.). **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática**. Precedido de três estudos de etnologia Cabila. Oeiras: Celta, 2002.

BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 5, p. 193-216, jan.-jul. 2011.

BOURDIEU, Pierre. O capital social – notas provisórias. *In*: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (org.). **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 2007a. p. 65-69.

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

BOURDIEU, Pierre. Os três estados do capital cultural. *In*: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (org.). **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 2007b. p. 71-80.

BOURDIEU, Pierre. Prefácio: sobre as artimanhas da razão imperialista. *In*: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (org.). **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 2007c. p. 17-32.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, Organização e Seleção Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2007d.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre o Estado**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. [livro digital].

BOURDIEU, Pierre. Textos de Pierre Bourdieu. Esboço de uma teoria da prática. *In*: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983a. cap. 2, p. 46-81.

BOURDIEU, Pierre. Textos de Pierre Bourdieu. O campo científico. *In*: ORTIZ, R. (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983b. cap. 4, p. 122-155.

BOURDIEU, Pierre. The Political field, the social science field, and the journalistic field. *In*: NEVEU, Erik; BENSON, Rodney Dean. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge, Malden: 2005. p. 29-47.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc. **Una invitación a la sociología reflexiva**. Buenos Aires: Siglo xxi, 2005.

BRAGA, J. L. Constituição do Campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, v. 25, n. 58, p. 62-77, 2011a.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, E-compós, Brasília, v. 14, n. 1, p. 1-33, jan./abr. 2011b. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/665>. Acesso em: 2 set 2020.

BRANDÃO, Zaia. Operando com conceitos: com e para além de Bourdieu. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 36, n. 1, p. 227-241, jan./abr. 2010.

BRASIL. **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. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm). Acesso em: 10 out. 2021.

FÓRUM NACIONAL DE TVS PÚBLICAS: diagnóstico do campo público de televisão, 1., Brasília. **Caderno de debates [...]** Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

CAPELATO, Maria Helena. Imprensa, uma mercadoria política. **História & Perspectivas**, Uberlândia, Universidade Federal de Uberlândia, n. 4, 1991.

CARVALHO, Mariana Martins de. **Comunicação pública: função e legitimação das tevês legislativas federais**. 2014. 313 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

CASTILHO, Márcio. O sistema de radiodifusão nos 100 primeiros dias do governo Bolsonaro. **Compólitica**, v. 10, n. 1, p. 87-108, 29 maio 2020.

CATANI, Afrânio Mendes. A sociologia de Pierre Bourdieu (ou como um autor se torna indispensável ao nosso regime de leituras). **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 23, n. 78, p. 57-75, abr. 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-73302002000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302002000200005&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 24 set. 2020.

CATANI, Afrânio Mendes. **Origen y destino: pensando la sociología reflexiva de Bourdieu**. 1. ed. Buenos Aires: CLACSO, 2016.

COSTA, Lailton Alves da. Gêneros jornalísticos. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

DEER, Cécile. Doxa. In: GRENFEEL, Michael (org.). **Pierre Bourdieu: Conceitos Fundamentais**. Petrópolis: Vozes, 2018a.

DEER, Cécile. Reflexividade. In: GRENFEEL, Michael (org.). **Pierre Bourdieu: Conceitos Fundamentais**. Petrópolis: Vozes, 2018b.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

ESCH, Carlos Eduardo Machado da Costa; BIANCO, Nelia Rodrigues del. Radiodifusão pública brasileira: o desafio de conquistar credibilidade e representatividade social. **Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público**, Coimbra, n. 2, p. 115-131, 2016.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? **Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense**, n. 5, [s.p.], 2001. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36784>. Acesso em: 16 set. 2020.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula; OLIVEIRA, Ana Karina; LIMA, Laura; BARROSO, Livia; AFONSO, Maria Lúcia; LOPES, Suzana; BONTEMPO, Clara; PEREIRA, Samuel. Comunicação e Política: mapeando autores/as e teorias mobilizados no Brasil. **Compólitica**, v. 8, n. 2, p. 5-40, 11 dez. 2018.

GOMES, Raimunda Aline Lucena. **A comunicação como direito humano: um conceito em construção**. 2007. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

LAGO, Cláudia. Pierre Bourdieu e algumas lições para o Campo da Comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 728-744, set./dez. 2015.

LAHIRE, Bernard. Os limites do conceito de campo. *In*: SOUZA, Jessé; BITTLINGMAYER, Uwe (orgs.). **Dossiê: Pierre Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

LEBARON, Frédéric. Capital. *In*: CATANI, Afrânio Mendes; NOGUEIRA, Maria Alice; HEY, Ana Paula; MEDEIROS, Cristina Carta Cardoso de (org.). **Vocabulário Bourdieu**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017. p. 101-103.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Reflexividade epistêmica na pesquisa empírica em Comunicação. **Conexão pós: diálogos e intersecções na pesquisa discente**, São Paulo, ECA-USP, p. 12-26, 2018. [recurso eletrônico].

LOYOLA, Maria Andréa. **Pierre Bourdieu entrevistado por Maria Andréa Loyola**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATON, Karl. Habitus. *In*: GRENFEEL, Michael (org.). **Pierre Bourdieu: Conceitos Fundamentais**. Petrópolis: Vozes, 2018.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (org.). Gêneros jornalísticos no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom**, RBCC, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2019.

MENDEL, T. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado**. Brasília: Unesco, 2011.

MIOLA, E. Representações do jornalismo sobre a radiodifusão pública: o debate em torno da criação da Empresa Brasil de Comunicação na imprensa. **Compólitica**, v. 1, n. 2, p. 35-58, 24 out. 2011.

MIOLA, Edna. O desafio da participação deliberativa para a radiodifusão pública. *In*: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 2., 2007. **Anais [...]**

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. 294 f. 2012. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

MOORE, Rob. Capital. *In*: GRENFEEL, Michael (org.). **Pierre Bourdieu**: Conceitos Fundamentais. Petrópolis: Vozes, 2018.

MOTA, Carlos Guilherme; CAPELATO, Maria Helena. **História da Folha de S. Paulo (1921-1981)**. São Paulo: Impres, 1981.

NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (org.). **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, Gisele Pimenta de. A radiodifusão pública sob a ótica da mídia comercial: construções argumentativas sobre a EBC. *In*: CONGRESSO COMPOLÍTICA, 8., Brasília, 2019. **Anais [...]**

OLIVEIRA, Gisele Pimenta de. **Rádio e internet**: o uso de sites pelas emissoras públicas de radiodifusão sonora. 2014. 135 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

OLIVEIRA, Gisele Pimenta de. Serviço de radiodifusão pública sob o olhar de Pierre Bourdieu: caminhos de uma revisão sistemática de literatura. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 44., 2021, Recife.

OLIVEIRA, Gisele Pimenta de; DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. A mídia comercial e a legitimidade da mídia pública. **Compolítica**, v. 10, n. 3, p. 109-138, 28 dez. 2020. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/358>. Acesso em: 7 out. 2021.

OLIVEIRA, Luís Felipe Rosa; MARTINS, Dalton Lopes. Pierre Bourdieu e o campo da Comunicação no Brasil: uma perspectiva dos modos de apropriação. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**: E-compós, v. 23, p. 1-20, jan.-dez. 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1431/1971>. Acesso em: 2 set 2020.

ORTIZ, Renato. (org.). **Pierre Bourdieu**: sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

PASSIANI, Enio; ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. Cultura. *In*: CATANI, Afrânio Mendes; NOGUEIRA, Maria Alice; HEY, Ana Paula; MEDEIROS, Cristina Carta Cardoso de (org.). **Vocabulário Bourdieu**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

PETERS, Gabriel. **Bourdieu em pílulas (1):** Teoria e Pesquisa na Sociologia. Disponível em: <https://quecazzo.blogspot.com/2016/01/bourdieu-em-pilulas-1-teoria-e-pesquisa.html>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

PETERS, Gabriel. **Bourdieu em pílulas (5):** introdução à teoria dos campos. Disponível em: <https://blogdolabemus.com/2020/05/14/bourdieu-em-pilulas-5-introducao-a-teoria-dos-campos-por-gabriel-peters/>. Acesso em: 28 de nov. de 2020.

PIERANTI, Octavio Penna. A radiodifusão pública é “cara demais”? Uma avaliação do orçamento da EBC. **Revista Eptic**, v. 22 n. 3, set.-dez. 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12736/10950>. Acesso em: 19 de jul. de 2021.

PIERANTI, Octávio Penna. Políticas para a mídia: dos militares ao governo Lula. **Lua Nova**, São Paulo, v. 68, p. 91-121, 2006.

PIERANTI, Octávio Penna. **A radiodifusão pública resiste:** A busca por independência no Brasil e no Leste Europeu. Brasília: FAC-UnB, 2018.

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. **Radiodifusão sonora pública do Brasil:** o processo de conformação do serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital. 2019. 545 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

RAMOS, Murilo César. **Às margens da estrada do futuro:** comunicações, políticas e tecnologia. Brasília: [s.n.], 2000. (Coleção FAC – Editorial Eletrônica). Disponível em: <http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2014/12/MuriloRamos.pdf>. Acesso em: 15 de out. de 2020.

ROBBINS, Derek. Teoria da Prática. *In:* GRENFEEL, Michael (org.). **Pierre Bourdieu:** Conceitos Fundamentais. Petrópolis: Vozes, 2018.

SADER, Emir (org.). Se é público, é para todos: defender as empresas públicas é defender o Brasil. Rio de Janeiro: UERJ, LPP, 2018.

SANTOS, C. R. P. **A TV pública não pública:** as televisões não comerciais no Brasil. Jundiaí: Paco, 2019.

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 11-28, 2012.

SOUZA JÚNIOR, Marcílio Barbosa Mendonça de; MELO, Marcelo Soares Tavares de; SANTIAGO, Maria Eliete. A análise de conteúdo como forma de tratamento dos dados numa pesquisa qualitativa em Educação Física escolar. **Movimento**, ESEFID/UFRGS, v. 16, n. 3, p. 29-47, 2010.

SOUZA, Jessé. Para além de Bourdieu? Passos para uma teoria crítica da modernização. *In:* SOUZA, Jessé; BITTLINGMAYER, Uwe (org.). **Dossiê: Pierre Bourdieu.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

SWARTZ, David. O Estado como banco central do crédito simbólico. *In*: SOUZA, Jessé; BITTLINGMAYER, Uwe (org.). **Dossiê: Pierre Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

TEIXEIRA, Carlos Sávio G. **A grande imprensa e as eleições de FHC**: as atuações de *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Estadão* e *JB*. Rio de Janeiro: Bicicleta, 2017.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 27-53, fev. 2006. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122006000100003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122006000100003&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 2 nov. 2020.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Editora Vozes, 2011. [Edição digital].

THOMPSON, Patrícia. Campo. *In*: GRENFELL, Michael (ed.) **Pierre Bourdieu**: conceitos fundamentais. Petrópolis: Vozes, 2018.

UNESCO. **Radiotelevisión de servicio público**: un manual de mejores prácticas. 1. ed. San José: C. R. Oficina de la UNESCO para América Central, 2006.

UNESCOL. **La Rádio y televisión pública**: ¿por qué? ¿Cómo? Montreal: Consejo Mundial de Radio y Television, 2001.

VALLE, Ione Ribeiro. A obra do sociólogo Pierre Bourdieu: uma irradiação incontestável. **Educação e Pesquisa**, v. 33, n. 1, p. 117-134, 2007.

WACQUANT, Lôiq. O legado sociológico de Pierre Bourdieu: duas dimensões e uma nota pessoal. **Revista de Sociologia e Política**, n. 19, p. 95–110, 2002.

WIMMER, Miriam; PIERANTI, Octavio Penna. Serviços públicos de radiodifusão? Incoerências, insuficiências e contradições na regulamentação infraconstitucional. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. XI, n. 1, enero-abril, 2009. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epic/article/view/156>. Acesso em: 14 de out. de 2020.