



FACULDADES DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA  
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO: JORNALISMO  
ÁREA: RADIOJORNALISMO

BRUNO COSTA FREITAS

**A COBERTURA JORNALÍSTICA DA RÁDIO SENADO E DA RÁDIO  
CBN NO CASO RENAN CALHEIROS**

Brasília  
2007

**BRUNO COSTA FREITAS**

**A COBERTURA JORNALÍSTICA DA RÁDIO SENADO E DA RÁDIO  
CBN NO CASO RENAN CALHEIROS**

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do curso de bacharel em Comunicação Social do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

Brasília  
2007

BRUNO COSTA FREITAS

**A COBERTURA JORNALÍSTICA DA RÁDIO SENADO E DA RÁDIO  
CBN NO CASO RENAN CALHEIROS**

Monografia apresentada como um dos  
requisitos para a conclusão do curso de  
bacharel em Comunicação Social do  
UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

Brasília, 30 de outubro de 2007.

**Banca examinadora:**

---

**Prof<sup>a</sup> Ellis Regina Araújo**  
**Orientadora**

---

**Prof. Beto Rocha**  
**Examinador**

---

**Prof. Claudia Busato**  
**Examinador**

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal fazer a análise da cobertura jornalística da Rádio Senado e da Rádio CBN no “caso Renan Calheiros”. O senador alagoano foi acusado de pagar despesas pessoais com recurso de uma empreiteira, por meio do lobista Cláudio Gontijo. Esta pesquisa se constitui de um mês de análise da cobertura jornalística da Rádio Senado e da Rádio CBN, que resultou num total de 84 matérias. As matérias foram divididas em dois períodos, o primeiro entre 28 de maio e 12 de junho, e o segundo entre o dia 28 de agosto e 13 de setembro de 2007, num total de quatro semanas. Um dos principais pontos deste trabalho é definir o tipo de cobertura jornalística da Rádio Senado e da Rádio CBN. Do ponto de vista teórico, o trabalho utiliza a teoria do agendamento, ou *agenda-setting*, para determinar o que faz com que certo assunto seja noticiado pela mídia.

Palavras-chave: Comunicação Pública. Comunicação no Poder Legislativo. Renan Calheiros. CBN. Senado Federal. Radiojornalismo.

## **ABSTRACT**

This work aims to make primary analysis of journalistic coverage of the Senate Radio and Radio CBN in the "case Renan Calheiros." The senator from Alagoas has been accused of paying personal expenses with use of a firm, through lobbying Claudio Gontijo. This research is a month of analysis of the journalistic coverage of the Senate Radio and Radio CBN, which resulted in a total of 84 reports. The subjects were divided into two periods, the first between May 28 and June 12, and the second between the day on August 28 and September 13 of 2007, for a total of four weeks. One of the main points of this work is to define the kind of journalistic coverage of the Senate Radio and Radio CBN. From the theoretical point of view, the work uses the theory of scheduling, or agenda-setting, to determine what makes it certain matter be reported by the media.

Keywords: Public Communication. Communication in the Legislative. Renan Calheiros. CBN. Senate. Radiojournalism.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>07</b>
<b>1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO PODER LEGISLATIVO</b>	
1.1 Conceitos de Comunicação Pública.....	09
1.2 Comunicação Pública no Executivo e no Legislativo.....	11
<b>2 O RÁDIO COMO INFORMAÇÃO, COBERTURA POLÍTICA E AGENDA-SETTING</b>	
2.1 A Hipótese do Agendamento na Cobertura Política.....	15
2.2 Rádio e Informação.....	17
2.3 Os Políticos e as Emissoras de Rádio.....	18
<b>3 METODOLOGIA, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b>	
3.1 Metodologia.....	21
3.2 Análise.....	22
3.3 Discussão dos Resultados.....	23
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>27</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>29</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>31</b>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo analisar o “caso Renan Calheiros” na cobertura jornalística da Rádio Senado em comparação a realizada pela Central Brasileira de Notícias, a Rádio CBN.

O Jornalismo praticado em uma emissora pública oferece uma cobertura jornalística idônea ou é, simplesmente, uma assessoria de imprensa?

Até que ponto o jornalista segue a linha editorial do órgão responsável pelo veículo? Será que o jornalista atua com a premissa de informar a notícia?

O objetivo desta pesquisa é verificar se o jornalismo praticado pela Rádio Senado, pode ser considerado cobertura jornalística idônea ou se aproxima de uma assessoria de imprensa.

A maioria dos veículos de mídia de órgãos públicos segue uma linha editorial pré-definida pelas próprias instituições às quais estão ligadas. Conseqüentemente, a linha editorial define o que convém informar à população.

Tanto o veículo de mídia de iniciativa privada quanto de órgão público possuem uma linha editorial pré-definida. A diferença é que, enquanto, na iniciativa privada os interesses econômicos funcionam como fator determinante para a definição da linha editorial, em órgãos públicos essa linha é regida por interesses políticos. Na iniciativa privada, a linha editorial segue recomendações de acionistas majoritários ou do dono da empresa, e no órgão público são os membros do alto escalão que definem a estratégia de comunicação.

Para ter uma cobertura jornalística idônea, é preciso distanciamento do personagem. O jornalista tem o dever de reportar a notícia como ela aconteceu, mesmo que a verdade não seja aceita pelo personagem representado na matéria.

Uma assessoria de imprensa tem a função de promover as ações das pessoas ou empresas que representam. Nesse sentido, as necessidades do cliente estão em primeiro lugar.

É preciso discutir o papel da mídia de um órgão público, o que pode ser útil para estudantes e professores interessados em investigar esses veículos. Até que ponto a cobertura jornalística praticada pela Rádio Senado é isenta de interferência editorial, por estar comprometida com a imagem da instituição? Esta pesquisa é uma

forma de entender o que acontece no veículo de comunicação de um órgão público.

Para responder essa e outras questões, a pesquisa discute o papel da mídia deste órgão público, o Senado Federal, e analisa o conteúdo das matérias jornalísticas da CBN e da Rádio Senado, sobre o caso do senador Renan Calheiros (PMDB-AL).

Nossa hipótese principal é de que a Rádio Senado manteve uma postura clara de informar o ouvinte sobre o escândalo que envolveu o senador Renan Calheiros, mas sua atuação foi branda em relação às outras mídias como a Rádio CBN, que foi muito mais tempestuosa com a denúncia.

Para comprovar nossa hipótese, vamos utilizar a análise de conteúdo e verificar como se dá a cobertura jornalística do “caso Renan Calheiros” na Rádio Senado e na Rádio CBN.

Este trabalho está organizado em três capítulos. Na primeira parte foram discutidos os conceitos de comunicação pública e comunicação no Poder Legislativo. A segunda parte analisa conceitos de radiojornalismo, a hipótese do agendamento e a relação dos políticos com as rádios. A terceira parte foi reservada para a metodologia, análise e discussão dos resultados.

## 1 Comunicação Pública no Poder Legislativo

### 1.1 Conceitos de Comunicação Pública

O conceito de comunicação pública foi inaugurado durante o período Médici, em 1969, quando se viu a necessidade de engajar a população com o modelo sócio-econômico de crescimento adotado pelo regime militar.

A técnica adotada pelo governo do General Médici foi institucional para legitimar o discurso ideológico de desenvolvimento econômico. A estratégia era fazer com que o cidadão se identificasse com as ações do governo militar, mais ou menos como ocorre numa campanha de marketing.

Por um lado existe uma comunicação política, sofrendo influência do que poderíamos chamar de processo comunicativo moderno: adentra-se em uma batalha competitiva para influenciar e controlar as percepções do tema político através dos meios de comunicação de massa. A conquista da atenção do público por meio de técnicas de marketing acaba definindo os assuntos e o formato como eles são apresentados ao cidadão. Por outro lado, há a possibilidade de uma comunicação pública, que envolveria o cidadão de maneira diversa participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade. (MATOS, 2003, p.21).

Quando o País saiu da ditadura, a comunicação pública passou por mudanças e começou a exercer papel comunicacional, sem abandonar as características de publicidade iniciadas no regime militar.

No período logo após a abertura democrática, em 1985, a comunicação pública buscou identificar o espectador com o governo civil.

Nessa época, o governo Sarney, por exemplo, usou a comunicação pública para incitar a população a atuar como fiscais do governo para manter os preços tabelados durante o Plano Cruzado.

Para a professora Heloiza Matos (2003), da Universidade de São Paulo, enquanto no Brasil a comunicação pública era vista sempre atrelada à comunicação institucional, em outros países a comunicação pública já possuía um papel social.

Nesse pequeno período, o espaço de veiculação televisiva gratuita reservado para a propaganda institucional buscou o envolvimento da sociedade civil, dando voz a setores organizados e visando a identificação

do governo com uma democracia em construção, conclamando à participação dos cidadãos na Constituinte e associando aquele momento com os ideais mais nobres da sociedade brasileira. (MATOS, 2003, p. 22).

Para os norte-americanos, a comunicação pública é praticada tanto pelos assessores políticos, líderes governamentais, porta-vozes oficiais, grupos de pressão, sindicalistas, burocratas e a mídia com seus especialistas e jornalistas de diversos veículos de comunicação. Para Matos, todos esses atores têm função essencial na democracia, e a opinião pública é o resultado da união de todos atores na comunicação pública.

Este posicionamento reconhece a fusão entre mercado e estado, mas acredita na possibilidade de estruturar-se uma prática que possa contribuir para “identificar a utilidade pública, fomentar a cultura cívica, facilitar a ação governamental e garantir o debate público”. (MATOS, 2003, p. 22).

Para outros autores, como Bernard Miége (1989), a comunicação pública possibilita a mudança de comportamento da sociedade. Para ele, a comunicação pública pode ser uma forma de mudar a atitude de um político e de oferecer outra alternativa de confronto com a opinião pública, além do encontro cara-a-cara com os eleitores (2003 apud MATOS, 2003, p.23).

Assim, são necessárias pesquisas para descobrir a opinião pública. Para alcançar resultados imediatos, são necessários métodos publicitários.

Porém, Miége apresenta também um conceito pessimista sobre comunicação pública. Na opinião dele, há uma linha tênue entre difundir a informação e confundir a população.

Ainda segundo Miége, comunicação pública poderia ser uma forma de explicar ao cidadão os direitos e deveres, e também ocupar o espaço deixado vazio pela comunicação privada.

Matos defende que o mesmo processo pode aproximar o cidadão da responsabilidade para com as ações governamentais.

Se um governo privilegia a comunicação informativa (no sentido do direito do cidadão à informação), torna o cidadão co-responsável pela condução administrativa; se prioriza a comunicação persuasiva, põe o cidadão sob a tutela do Estado em detrimento de sua liberdade e dos próprios ideais democráticos. (MATOS, 2003, p. 24).

Matos acredita que existem duas correntes com concepções divergentes sobre o papel da comunicação pública no regime democrático. A primeira opinião defende a existência de um espaço público que possibilite a discussão de temas que serão para o bem da democracia, enquanto a outra determina que a comunicação pública deve ser encarada como um “campo de batalha”, para levar a informação à sociedade.

Para descobrir a função que a comunicação pública tem no processo democrático, devem-se considerar os veículos de informação como meios de propaganda eficientes, para as decisões políticas.

Nesse sentido, o conceito de comunicação pública é importante para determinar a eficiência do sistema público de informações na formação da opinião pública.

Neste trabalho, o conceito é importante para entender a função da Rádio Senado na cobertura do “caso Renan Calheiros”, junto a outras mídias, como a Rádio CBN.

## **1.2 Comunicação Pública no Executivo e no Legislativo**

Segundo Heloiza Matos, a comunicação pública no Legislativo é mais transparente que no Executivo. Para ela, o Executivo utiliza de campanhas institucionais como um trabalho de marketing com o objetivo de ressaltar o bom desempenho, enquanto o Legislativo não tem essas facilidades porque o resultado do trabalho no Legislativo “é invisível”.

Não importa o quanto as Casas trabalhem – nem se, comprovadamente, mesmo na avaliação de órgãos críticos como o DIAP, nunca tenha se trabalhado tanto: a imagem na grande mídia é a de lentidão e de ausências no plenário, mesmo que isso não corresponda à realidade das atuações parlamentares em sua ampla maioria. (MATOS, 2003, p.26).

Para Matos, a cobertura jornalística no Legislativo carece de uma relação mais próxima com a prática da cidadania.

Cidadania quer dizer, segundo Matos, uma maior participação ativa da população no jogo político, sem limitar-se ao processo eleitoral. Os meios de

comunicação não favorecem a inclusão dos cidadãos no debate político nem ao desenvolvimento da democracia social.

Para mudar essa característica, é necessário criar espaços públicos, que interajam com o cidadão. Também é preciso transformar os ouvintes ou espectadores em cidadãos. Matos acredita que existe uma possibilidade maior de aproximar o Legislativo da sociedade como um todo, do que apenas dos grupos organizados.

De acordo com Matos, uma maior participação da sociedade nas questões do Poder Legislativo pode evitar um sentimento antiparlamentar. Para ela, o cidadão é quem deve impor os limites ao Poder Legislativo, assim como o Legislativo impõe as restrições ao Poder Executivo.

Segundo Gaudêncio Torquato (2002), a comunicação pública precisa ser planejada. Entretanto, ele vê uma dificuldade de utilização das estruturas públicas, pela falta de capacidade de planejamento do Estado. Para ele, o Executivo prioriza a divulgação da própria imagem, em vez de discutir temas que realmente interessem à sociedade.

A hipertrofia do Estado é fruto tanto de fatores endógenos – como a propensão da burocracia para cair nas malhas da acomodação, a incapacidade de controlar resultados – como de fatores exógenos (fisiologismo dos partidos políticos, o compadrismo na contratação de quadros, o clientelismo, o familismo amoral e o mandonismo regional, entre outros fatores). (TORQUATO, 2002, p.113).

O Poder Executivo no Brasil vem sendo objeto de algumas críticas, entre elas, a capacidade do Executivo em governar por meio de medidas provisórias, atropelando o Poder Legislativo. Outra crítica ao Poder Executivo é a liberação de verba orçamentária por meio de critérios estritamente políticos. Mas a principal crítica ao Poder Executivo é o descumprimento das promessas eleitorais.

A imagem do Poder Executivo é frequentemente associada à imagem do presidente, que simboliza o eixo central do conjunto de forças da administração. Ou seja, a figura do mandatário-mor acaba se impregnando das distorções provenientes da estrutura governamental. (TORQUATO, 2002, p. 114)

No Legislativo, segundo ele, o principal problema de imagem é que todas as

críticas relacionadas ao sistema político recaem sobre o Senado Federal e a Câmara dos Deputados.

Torquato ainda acredita que a instituição tem a própria imagem atrelada à imagem dos parlamentares que lá exercem mandato. Daí a atribuição de valores negativos à instituição, em decorrência de fatos relacionados com políticos corruptos. Existe uma tendência de prevalecer o lado negativo sobre o lado positivo.

Ultimamente o Poder Legislativo tem investido bastante no profissionalismo das estruturas e assessorias parlamentares. Essa mudança de comportamento é consequência da mudança de comportamento social.

Os parlamentares já estão redirecionando o discurso para atender a população que representam. Os grandes oradores do passado estão dando lugar para grandes argumentistas técnicos, discursos pontuais baseados nas conveniências do coletivo e pelo impacto que o assunto exerce sobre a população.

As TVs das duas casas legislativas assumem a função de tuba de ressonância parlamentar, criando uma certa interatividade entre o agente político e seu representado. Trata-se de um mecanismo que até tem contribuído para melhorar o nível de representação e o controle da representação pelas bases. (TORQUATO, 2002, p. 114).

A comunicação pública, segundo Torquato, privilegia a pessoa, em vez de ressaltar o fato. Para ele, quando o fato se sobrepõe ao agente, a mensagem aparece de forma mais respeitável.

De acordo com ele, a identidade da instituição deve ser planejada constantemente, e dessa forma estabelecer um eixo de valores e princípios.

Torquato acredita que a comunicação na administração pública vai acabar se organizando em função da evolução dos conceitos e de novas demandas sociais.

Ele acrescenta que os modelos burocráticos estão ultrapassados, e que a agilidade, a mobilidade e o dinamismo devem influir na evolução da comunicação pública. A administração pública deve abrir as portas para a imprensa e dar uma maior transparência a todo processo.

No caso do Senado Federal, existem vários veículos com a finalidade de informar a população. São eles: o *Jornal do Senado*, a Rádio Senado, a *Agência Senado* e a TV Senado, além de outros serviços de informação, como o Interlegis.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO SENADO FEDERAL				
TV SENADO	RÁDIO SENADO	AGÊNCIA SENADO	JORNAL SENADO	INTERLEGIS

Para Matos, em raros casos, estes veículos conseguem alguma inserção positiva na mídia privada. Isto é, as informações produzidas pelos meios de comunicação do Senado Federal são utilizadas por outros veículos apenas de forma ilustrativa e sobre algum tema importante.

A Rádio Senado funciona como um segmento da Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal, que também agrupa a *Agência Senado*, a TV Senado, o *Jornal do Senado*.

A Secretaria de Comunicação é regida pelo Secretário de Comunicação, que está subordinado à presidência da Casa, que por sua vez é vinculada à instituição e aos senadores.

De acordo com a linha editorial, cada veículo acaba informando a população sobre as leis que estão em análise na Casa, ou emendas que podem ser aprovadas, ou sobre assuntos relevantes que estejam em pauta no Congresso.

## **2 O Rádio como Informação, Cobertura Política e *Agenda-Setting***

### **2.1 A Hipótese do Agendamento na Cobertura Política**

A hipótese do agendamento é um efeito social da mídia que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que o público vai comentar e discutir. Para abordar a cobertura jornalística da Rádio Senado e da CBN, será preciso utilizar o agendamento como ferramenta.

Mauro Wolf (1985), professor e pesquisador italiano, acredita que o objetivo do jornalista é informar com objetividade sem emitir opiniões pessoais, agindo como um mediador.

Para Nelson Traquina (2005), professor da Universidade Nova de Lisboa, a relação da política com a mídia é problemática, uma vez que os meios de comunicação social só falam da atuação dos políticos quando existe um escândalo em pauta.

Wolf acredita que todas as fontes contribuem para a construção das notícias. Segundo o autor, elas são oriundas das “classes hegemônicas” ou dos ‘grupos de poder’, e caracterizam-se como “definidores primários”.

Na opinião de Traquina, a tentativa dos profissionais da área em ouvir fontes distintas num conflito ou disputa faz com que o jornalismo alcance credibilidade. A agenda midiática é a produção jornalística e não o conteúdo da programação.

Mauro Wolf vê a cobertura jornalística sob o prisma daqueles que decidem que assunto vai ser publicamente relevante. No Brasil, a televisão é bem mais influente que a mídia impressa na hora de determinar a agenda do público.

Nelson Traquina também comenta que o objetivo real de qualquer veículo de comunicação é relatar assuntos significativos e interessantes. A profissão do jornalismo é cercada de mitos, de acordo com ele, entre eles a objetividade.

Para o professor Luiz Martins (2003), o agendamento não se dá única e exclusivamente por meio do governo, mas também pelo Terceiro Setor, que representa a atuação da iniciativa privada para fins públicos. Para ele, a comunicação pública deveria privilegiar apenas o Primeiro Setor, com a função exclusiva de divulgar informações de interesse público. Entretanto, as empresas

privadas também têm função pública.

Um dos papéis da comunicação pública é o de fazer chegar ao conhecimento do público as boas notícias do seu interesse, já que as más notícias têm sua própria dinâmica, alimentada constantemente pela denúncia, seja por parte dos consumidores e cidadãos (na sua insatisfação e indignação) seja por parte da imprensa, no seu papel de poder fiscalizador. (MARTINS, 2003, p.36).

A notícia, para Wolf, é como uma construção em que estão envolvidos diversos fatores. Ela é resultado de uma organização complexa. Wolf considera que a construção da noticiabilidade dá-se por intermédio da sucessão de vários acontecimentos para se tornarem notícia e de fato existirem publicamente.

Traquina afirma que as empresas jornalísticas se organizaram de tal forma para criar uma noção de tempo, o que possibilitou o trabalho diário. Isso ficou conhecido como a “rotina do inesperado”, que é o fato de a produção diária de um meio de comunicação ter seu prévio agendamento a partir da seleção dos participantes.

Mario Wolf observa que as empresas jornalísticas impõem sua ordem no espaço, ao simultaneamente definirem uma agenda de serviço que determina os acontecimentos, o que possibilita a cobertura diária.

Para verificar os erros e acertos da cobertura jornalística da mídia, tanto do órgão público como do privado, é preciso estudar as formas como as empresas jornalísticas empregam sua linha editorial e determinam uma agenda diária de acontecimentos.

Os critérios de noticiabilidade da Rádio Senado estão relacionados a informações sobre a agenda nacional e internacional, além de temas que afetam o cotidiano da população e que estão em debate no Congresso Nacional.

De acordo com Heródoto Barbeiro (2001), em seu livro *Manual de Radiojornalismo*, a CBN defende o compromisso com a verdade, acima de tudo, e imputa aos jornalistas sob sua administração, uma série de regras e condutas na hora de agirem em nome da empresa.

Para Heródoto Barbeiro, o jornalista não deve apenas falar a verdade, como deve pensar nas conseqüências do que diz. Os jornalistas devem ter o impulso de educadores, e disposição para liderar com responsabilidade.

## 2.2 Rádio e Informação

A radiodifusão significa emitir sinais por meio de ondas eletromagnéticas, algo que no popular poderia ser semear aos quatro ventos. O termo, não necessariamente, pode ser utilizado como sinônimo de rádio, uma vez que a transmissão por meio de ondas eletromagnéticas também é utilizada pelas televisões.

Dessa forma, utiliza-se a expressão radiodifusão sonora no sentido de rádio, correspondendo à transmissão de sons usando os princípios do eletromagnetismo, quando isso se dá de forma aberta e massiva. A televisão, por exemplo, constitui-se em radiodifusão de som e imagem. (FERRARETTO, 2001, p. 23).

Luiz Artur Ferraretto defende que o discurso radiofônico trabalha com precisão, clareza e concisão. Assim, o jornalista procurar transmitir um fato com uma maior exatidão e de forma clara, a fim de atingir qualquer ouvinte. O jornalista também busca dosar a qualidade da informação com um texto enxuto e objetivo.

A instantaneidade do rádio como veículo de comunicação, determinada em parte significativa pela estrutura tecnológica de emissão e recepção, impõe poderoso condicionante à mensagem. Dois aspectos importantes interferem na questão da fugacidade: a inerência radiofônica da mensagem e, no caso do Jornalismo, a obsolescência da informação. (FERRARETTO, 2001, p. 27).

O marco legal da radiodifusão foi o decreto nº 20.047, de 1932, que assegurou o poder de concessão e previu uma rede nacional controlada pelo Estado. O decreto nº 21.111, do mesmo ano, criou a *Hora do Brasil*, que posteriormente se tornou a *Voz do Brasil*, e regulamentou a publicidade e a propaganda no rádio.

A Constituição Federal de 1988 estipulou no capítulo de comunicação social que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão devem ter a finalidade educativa, artística, cultural e informativa. A radiodifusão deve ainda promover a cultura nacional e regional e estimular a produção independente, além de respeitar os valores éticos e sociais da sociedade. As emissoras de rádio e de

televisão devem transmitir conteúdo cultural, artístico e jornalístico regionais, que respeitem o percentual estipulado na lei.

O rádio é um veículo que alcança quase toda a extensão do território nacional. Porém o alcance do rádio não é traduzido em prestígio, segundo afirmação de Milton Jung (2004), jornalista e radialista. Para ele, esse comportamento é facilmente explicado pelo fato da televisão exercer fascínio entre os espectadores atuais.

Venício Lima (2001), professor da Universidade de Brasília, em seu livro *Mídia Teoria e Política*, usou o exemplo do atual senador Sérgio Zambiasi (PTB-RS) como um político que utilizou o veículo como um palanque eletrônico, no período de eleição. Na época o senador gaúcho era apresentador de um programa de rádio muito popular e se tornou político justamente por causa do rádio, e do alcance que o veículo proporciona.

Mesmo depois de ter o fim decretado, após o advento da televisão, o rádio continua alcançando mais ouvintes e se reinventando por meio dos canais exclusivos de notícias, das rádios via internet e até mesmo com a interatividade que a internet proporciona.

### **2.3 Os Políticos e as Emissoras de Rádio**

Venício Lima conclui no livro *Mídia Teoria e Política* que existe uma tendência antiga dos políticos utilizarem a mídia como moeda de negociação e como meio de conchavos para determinar a posição ou oposição ao governo.

Foi depois da Constituição de 1988 que a farra das concessões de rádio e televisão foi freada, quando determinou-se que essa atribuição caberia ao Legislativo.

No governo de Fernando Henrique Cardoso, o Poder Executivo ficou autorizado a estabelecer limites à participação estrangeira por meio da Lei Geral das Telecomunicações, de 1997. A Lei do Cabo (1995), e a Lei Mínima (1996) permitiram a utilização de até 49% de capital estrangeiro nas telecomunicações e nas áreas de telefonia celular e telecomunicações via satélite.

Anteriormente, no governo de José Sarney, o Executivo era quem

determinava e aprovava as concessões.

Porém, no próprio governo de FHC, o decreto nº 3.451, assinado em 2000, permitia ao Executivo o poder de analisar e distribuir geradoras de rádios educativas sem licitações. O anúncio do decreto ia contra a própria determinação do governo de que não haveria distribuição gratuita de canais de televisão, não fosse por meio de licitação.

A Constituição Federal também estipula, nesse caso, que a propriedade de empresa jornalística de radiodifusão, ou de sons e imagens, deve ser exclusiva aos brasileiros natos, ou naturalizados há mais de 10 anos.

Atualmente a maioria das emissoras de rádio estão sob o monopólio de grandes grupos familiares. Para Lima, o grande número de leis que regulam a TV a cabo, a produção de conteúdo e as emissoras de rádio, favorece o monopólio.

Segundo Lima, um estudo em 1995 concluiu que 31,12% das emissoras de rádio e televisão no Brasil são controladas por políticos.

Se, por um lado, a Constituição brasileira reza, desde 1988, que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (Parágrafo 5º do Artigo 220), normas legais mais recentes, como a Lei da TV a Cabo, a Lei Mínima e a Lei Geral de Telecomunicações, por intenção expressa do legislador, não incluem dispositivos diretos que limitassem ou controlassem a concentração da propriedade. (LIMA, 2001, p.97).

Existem várias formas de concentração de meios de comunicação, e Lima exemplifica alguns deles. A concentração horizontal, quando o monopólio ocorre dentro da mesma área de atuação; a concentração vertical, que é quando a empresa integra várias etapas da cadeia de produção; a propriedade cruzada, quando uma empresa possui diversos veículos de mídia formando um *pool*; e o monopólio em cruz, que é o mesmo que propriedade cruzada num âmbito regional.

De acordo com uma pesquisa apresentada por Venício de Lima, existe um grupo de políticos que controla as emissoras de rádio em seus estados. São grupos familiares poderosos que respondem por emissoras nos estados da Bahia, Maranhão, Pará, Alagoas, Pernambuco e São Paulo, entre outras regiões.

Outra forma de avaliar o envolvimento dos políticos profissionais com as comunicações no Brasil é verificar quantos daqueles que possuem vínculo direto com a mídia concorrem como candidatos aos diferentes mandatos

públicos. (LIMA, 2001, p. 99).

Segundo Luiz Artur Ferraretto (2001), professor da Universidade Luterana do Brasil. As rádios estão divididas em três tipos: as comerciais, educativas e comunitárias. A Rádio CBN é considerada comercial, enquanto a Rádio Senado é uma rádio institucional vinculada à Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal.

A revista *Carta Capital* fez um estudo sobre as eleições gerais de 1998 e os principais candidatos a cargos eletivos. O resultado concluiu que em, pelo menos 13 estados o candidato que venceu a eleição, possuía alguma relação com as mídias.

Existe a obrigatoriedade de quem exercer função pública se licencie da diretoria de emissoras de rádio ou televisão, mas não existe nada que intimide os políticos a possuírem um canal de transmissão.

No próprio escândalo que envolveu o senador Renan Calheiros, ele foi acusado de ser proprietário de duas emissoras de rádio em seu estado.

### 3 Metodologia, Análise e Discussão dos Resultados

#### 3.1 Metodologia

Esta pesquisa utiliza a metodologia da análise de conteúdo, proposta pela autora Laurence Bardin (1977), e consiste na análise do material coletado, com o objetivo de conferir a autenticidade das hipóteses apresentadas.

Para realizar esta pesquisa, é necessário um estudo comparativo entre a cobertura jornalística da Rádio Senado e a Rádio CBN, com uma pesquisa documental nas reportagens dos dois veículos sobre o “caso Renan Calheiros”.

A análise de conteúdo vai ser importante para entender as diferenças entre a cobertura privada e a pública, que estão representadas pelos dois veículos de mídia.

Qualquer análise de conteúdo passa pela análise da própria mensagem. Esta constitui o material, o ponto de partida e o indicador sem o qual a análise não seria possível! (BARDIN, 1977, p.128).

Por esse motivo, a documentação necessária foi separada em dois períodos. O primeiro diz respeito ao início da crise, juntamente com as denúncias de que o senador Renan Calheiros teria utilizado serviços de um lobista para pagar contas pessoais.

Esse período compreende a data da manifestação pública do senador, no plenário do Senado, quando defendeu-se das acusações, no dia 28 de maio, até o dia 11 de junho, compreendendo duas semanas desde o início da crise.

O segundo momento está situado às vésperas do julgamento do senador alagoano, em sessão secreta, no plenário do Senado Federal, no dia 12 de setembro. Esse período começa duas semanas antes, no dia 29 de agosto.

Para explicar esse recorte, o autor do livro *Comunicação de Massa – Análise de Conteúdo*, Albert Kientz (1973), explica que a quantidade de mensagens em uma análise é muito elevada, portanto deve-se retirar uma amostra do material, que possa representar o contexto.

A análise de conteúdo utilizada neste trabalho tem o intuito de explicitar os tipos de cobertura entre a Rádio Senado e a Rádio CBN, entre os períodos acima

citados.

Todo o resultado desta análise será avaliado de acordo com os “elementos de registro”, para uma análise categorial. A análise vai utilizar três “elementos de registro”: o personagem, o acontecimento e a documentação.

A intenção desta análise é identificar a isenção na cobertura jornalística dos dois veículos e compará-los um ao outro. Sendo assim, o objetivo central desta pesquisa é definir a diferença entre comunicação pública e privada.

Todas as matérias recolhidas nesta pesquisa obedeceram ao requisito de serem reportagens da programação diária de cada rádio, sempre com as sonoras das fontes utilizadas.

### **3.2 Análise**

A pesquisa se baseou na coleta de reportagens no período de um mês da cobertura jornalística da Rádio Senado e da Rádio CBN, o que resultou num total de 84 matérias jornalísticas.

As reportagens também somaram um total de cerca de 200 minutos e foram separadas entre o período de 28 de maio a 12 de junho, e 28 de agosto a 13 de setembro de 2007, contabilizando quatro semanas.

Ao analisar as reportagens da Rádio Senado e da CBN, separamos as fontes em favoráveis e desfavoráveis. Assim como os tipos de fontes, foi analisado o tipo de jornalismo praticado pelas emissoras.

No primeiro período, a Rádio CBN, mostrou um enfoque no jornalismo informativo, inteiramente com políticos como fontes e sempre favoráveis a Renan Calheiros. A cobertura da CBN, também ouviu especialistas e cidadãos como fontes, como foi o caso do advogado de Calheiros e do lobista da construtora Mendes Júnior, Cláudio Gontijo.

Enquanto isso, no mesmo período na Rádio Senado, o enfoque também foi informativo e as fontes, em sua maioria absoluta, foram políticos. Em compensação a rádio apresentou 21 fontes favoráveis e 11 desfavoráveis ao presidente da Casa.

Entretanto, no segundo período analisado, a cobertura da CBN, além de ser informativa, mostrou algumas matérias que, por pouco, não seriam rotuladas de

opinativas. As fontes usadas foram, em sua maioria, políticos, com uma sonora do presidente da República, na qualidade de representante do governo. A CBN apresentou 25 fontes favoráveis e 46 desfavoráveis ao senador alagoano.

No segundo período, a cobertura da Rádio Senado também mostrou fontes favoráveis e desfavoráveis, 41 para 21 respectivamente. A Rádio Senado também mostrou matérias informativas e fontes exclusivamente de políticos.

### 3.3 Discussão dos resultados

As matérias da Rádio CBN, analisadas no primeiro período, foram extremamente informativas e traziam apenas fontes favoráveis ao senador Renan Calheiros.

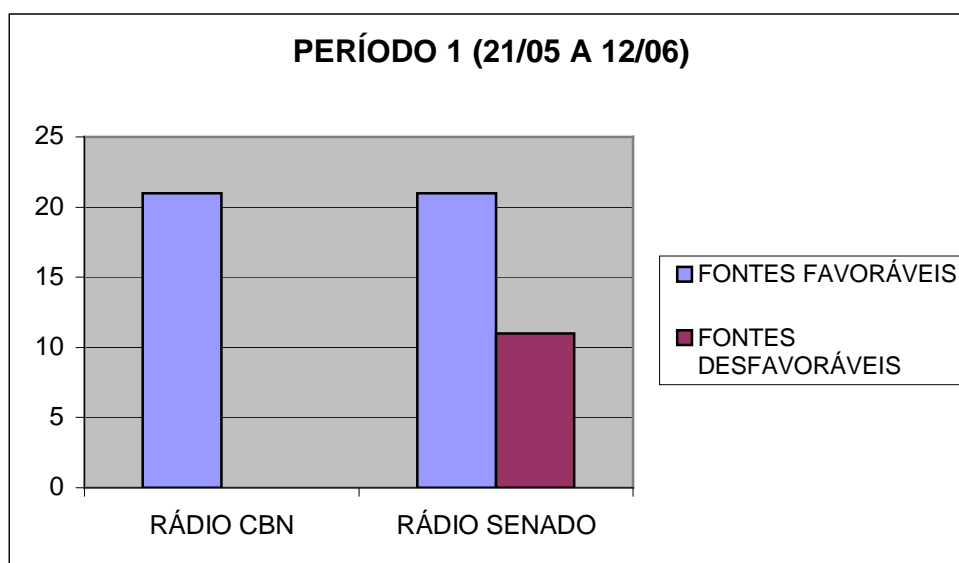
No segundo período, além de terem fontes favoráveis e desfavoráveis, também traziam informações e opiniões.

Já a Rádio Senado se manteve fiel ao estilo informativo de reportagens no primeiro e segundo períodos.

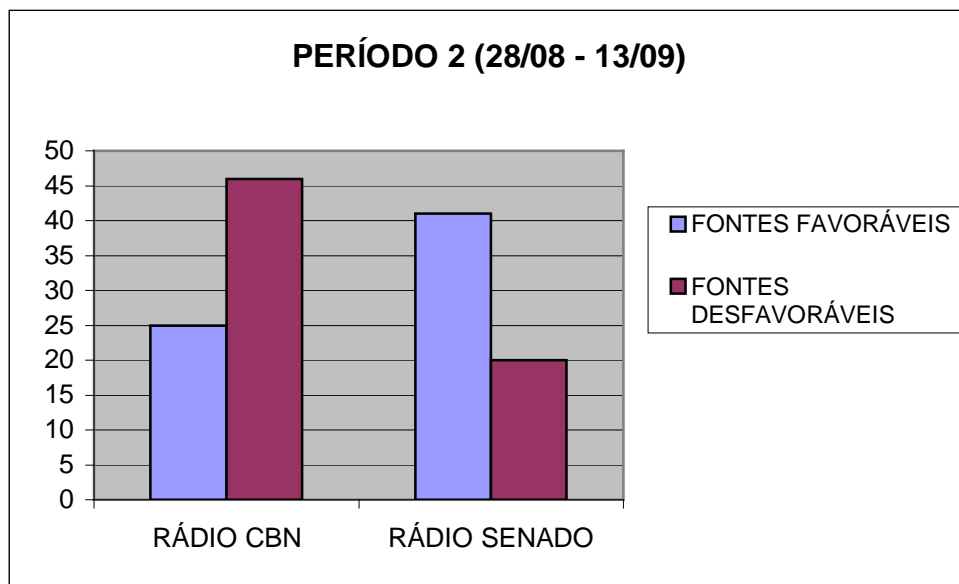
Houve um equilíbrio de fontes favoráveis e desfavoráveis nos dois períodos, bem como os tipos de fontes que permaneceram entre o grupo de políticos da Casa.

A maioria das fontes utilizadas pela CBN foram políticos, e o mesmo aconteceu na cobertura da Rádio Senado.

Interessante também constatar que existiu uma mudança na cobertura da CBN, entre o primeiro e o segundo períodos:



Enquanto no primeiro período, a CBN trazia a maioria de fontes favoráveis ao senador alagoano. No segundo período as fontes desfavoráveis foram, praticamente, o dobro que no primeiro período.



Entretanto, na Rádio Senado este fenômeno não aconteceu, uma vez que o número de fontes favoráveis foi superior ao de fontes desfavoráveis, mas não houve diferença entre os números dos dois tipos de fontes.

Na maioria das reportagens da Rádio Senado, havia um equilíbrio entre as fontes favoráveis e desfavoráveis utilizadas, e o mesmo não ocorreu na CBN.

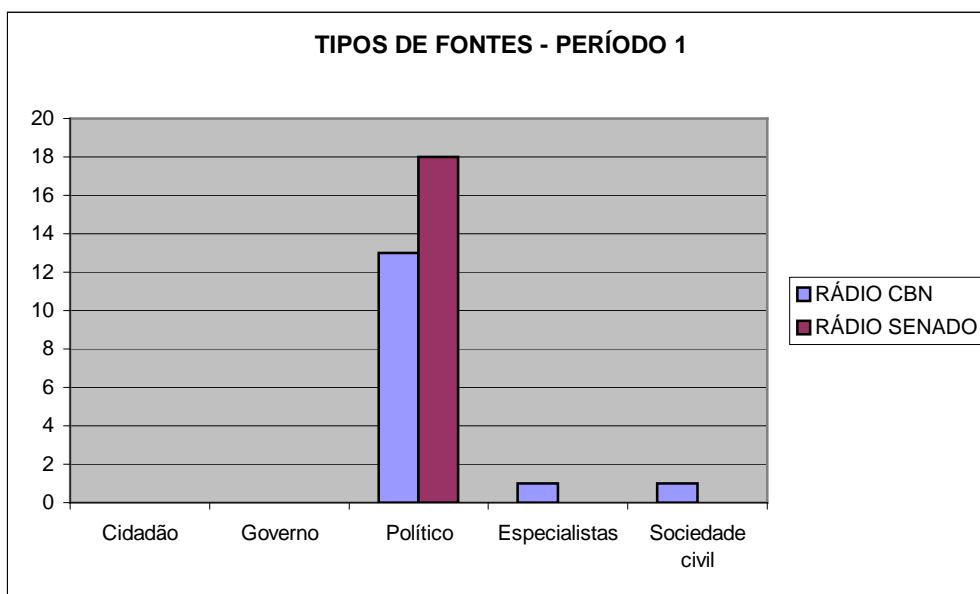
A CBN utilizou 13 fontes favoráveis no primeiro período e nenhuma fonte desfavorável. No segundo período, a CBN apresentou 18 fontes favoráveis e 23 desfavoráveis. Apenas 15 reportagens utilizavam os dois tipos de fontes, de um total de 38 matérias analisadas.

A Rádio Senado, por sua vez, utilizou nos dois períodos 42 fontes favoráveis e 26 desfavoráveis. No primeiro período foram 16 fontes favoráveis e oito desfavoráveis. Já no segundo período foram 25 fontes favoráveis e 20 desfavoráveis.

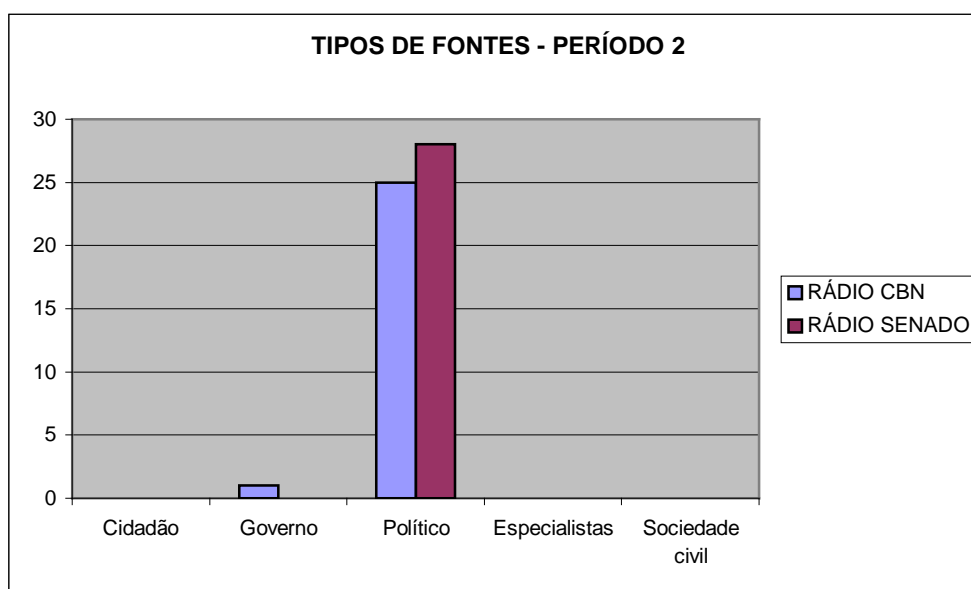
Considerando que a cobertura da Rádio Senado foi equilibrada em relação aos tipos de fontes, a emissora apresentou 25 reportagens com fontes favoráveis e desfavoráveis nos dois períodos, em um total de 46 matérias.

A Rádio Senado utilizou apenas fontes políticas, enquanto na cobertura da CBN houve três casos em que a utilização de outro tipo de fonte foi necessária. A

CBN recorreu ao advogado do senador alagoano, ao empreiteiro acusado de pagar despesas pessoais do senador e ao presidente da República.



O uso de fontes políticas era necessário nesse caso por causa do envolvimento de parlamentares. O fato de não terem utilizado outros tipos de fontes, como cidadãos, pode não ter prejudicado a cobertura, mas distanciou a sociedade da situação.



Segundo Heloiza Matos, a comunicação pública deve aproximar o cidadão das decisões políticas, e a não utilização de outros tipos de fontes, por parte das duas emissoras de rádio prejudicou essa identificação com os acontecimentos.

Entretanto, Miége acredita que confusão e informação da população podem estar atreladas. Mas ele também defende que a comunicação pública deva ocupar o vazio deixado pela comunicação privada. Nesse caso, ficou o vazio deixado pela emissora privada, que a CBN não conseguiu preencher.

## CONCLUSÃO

Entre o primeiro e o segundo período de cobertura do “caso Renan Calheiros”, muitos novos fatos vieram ao conhecimento da população, o que pode ter influenciado o uso de fontes desfavoráveis para o presidente do Senado, no caso da cobertura da CBN.

Por outro lado, apesar de ser uma rádio vinculada ao Senado, a cobertura da Rádio Senado mostrou-se mais equilibrada do que a da CBN. A cobertura da Rádio Senado foi a que mais buscou os dois lados, situação e oposição.

Por mais que as fontes utilizadas pela Rádio Senado fossem apenas os políticos da Casa, havia sempre a necessidade de balancear as fontes favoráveis e desfavoráveis ao senador Renan Calheiros.

No início do caso, que foi analisado nesta pesquisa como primeiro período, não havia muitas fontes desfavoráveis. As denúncias estavam surgindo e ainda não existiam provas contra o senador alagoano.

Nesse mesmo período, em que a CBN não apresentou nenhuma fonte desfavorável, a Rádio Senado teve um número de fontes desfavoráveis menor que o de fontes favoráveis. Mas esse valor representou a metade do número das fontes favoráveis a cassação do presidente da Casa.

No segundo período, essa situação se inverteu, pois o próprio parlamentar apresentou provas inconsistentes, o que diminuiu a quantidade de aliados.

Nessa fase, a CBN dobrou o número de fontes desfavoráveis, enquanto a Rádio Senado manteve o quociente estável. O total do número de fontes da Rádio Senado aumentou, assim como, respectivamente, o número de fontes favoráveis e desfavoráveis.

Nesse sentido, nota-se uma certa discrepância entre as coberturas da CBN e da Rádio Senado.

Pode-se perceber uma clara tentativa da CBN de levar a opinião pública contra o senador Renan Calheiros, a fim de derrubar seu mandato. Da mesma forma que pode-se observar na Rádio Senado, uma tendência em seguir uma linha editorial em favor dos interesses da Casa.

A Rádio CBN mostrou um denunciismo tão exacerbado no segundo período

analisado que chegou a apresentar algumas matérias consideradas opinativas. Havia uma certa tendência na reportagem em levar a opinião pública a acreditar na culpa do parlamentar.

Existe um elemento diferenciador na transmissão de conteúdo dessas duas emissoras de rádio, levando em conta que as reportagens não são veiculadas aleatoriamente.

A CBN transmite notícia o dia inteiro, numa programação que se repete em intervalos de uma hora, com alguns noticiários especiais. A Rádio Senado é uma rádio que veicula programação musical e que transmite as sessões plenárias e reuniões das comissões da Casa, com noticiários matutinos, vespertinos e noturnos.

Enquanto a transmissão da CBN apresenta comentários e opiniões, os noticiários da Rádio Senado deixam para as reportagens a função de relatar os fatos realmente como aconteceram.

Sendo assim, a cobertura da Rádio Senado foi a única que permaneceu mais equilibrada nos dois períodos, uma vez que a CBN demonstrou uma tendência em condenar o senador alagoano.

O interessante nesse caso foi o quanto a cobertura de uma emissora de rádio atrelada a uma instituição pública pôde mostrar fontes favoráveis e desfavoráveis. Quase como um induto ético e moral destinado ao repórter, por estar agindo em nome da comunicação pública, segundo Miége.

Torquato resume a questão ao assumir que o personagem é ressaltado pela comunicação pública, enquanto o acontecimento fica em segundo plano. Para ele, o inverso estaria correto, com uma variedade maior de tipos de fontes nas matérias de ambas emissoras de rádio.

Já que Matos defende a maior participação do cidadão nas questões do Legislativo, para evitar um sentimento antiparlamentar, a cobertura jornalística das emissoras de rádio deveria ter procurado diversificar as opiniões sobre o assunto.

Este trabalho será encaminhado para as duas emissoras de rádio, como forma de incentivar a aproximação da cobertura jornalística com a sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual do Radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

FERRARETTO, Luiz Artur. **No Ar Rádio, o veículo a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

KIENTZ, Albert. **Comunicação de Massa: análise de conteúdo**. Rio de Janeiro: Medium, 1973.

LIMA, Venício. **Mídia Teoria e Política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

MATOS, Heloiza (org). **Comunicação Pública, Democracia e Cidadania: O Caso do Legislativo**. Brasília: Casa das Musas, 2003.

MARTINS, Luiz (org). **Comunicação Pública: Estado, Governo e Sociedade**. Brasília: Casa das Musas, 2003.

MIÉGE, Bernard. **La Conquise par la Communication**. Grenoble: PUG, 1989.

SENADO FEDERAL. **Manual de Redação**. Brasília: Senado Federal, 2001

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

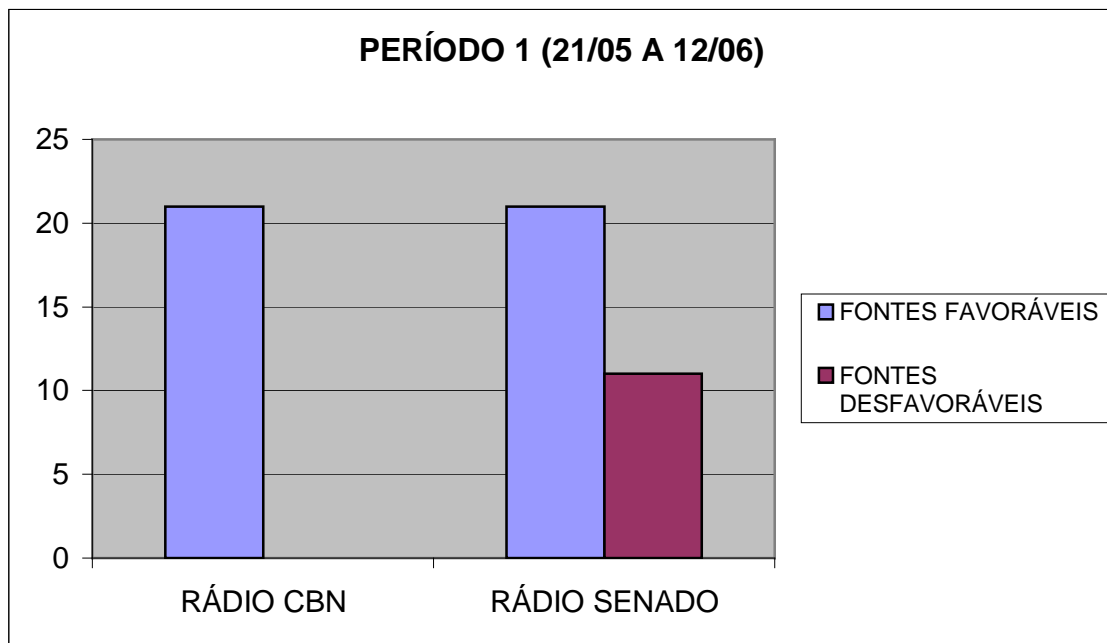
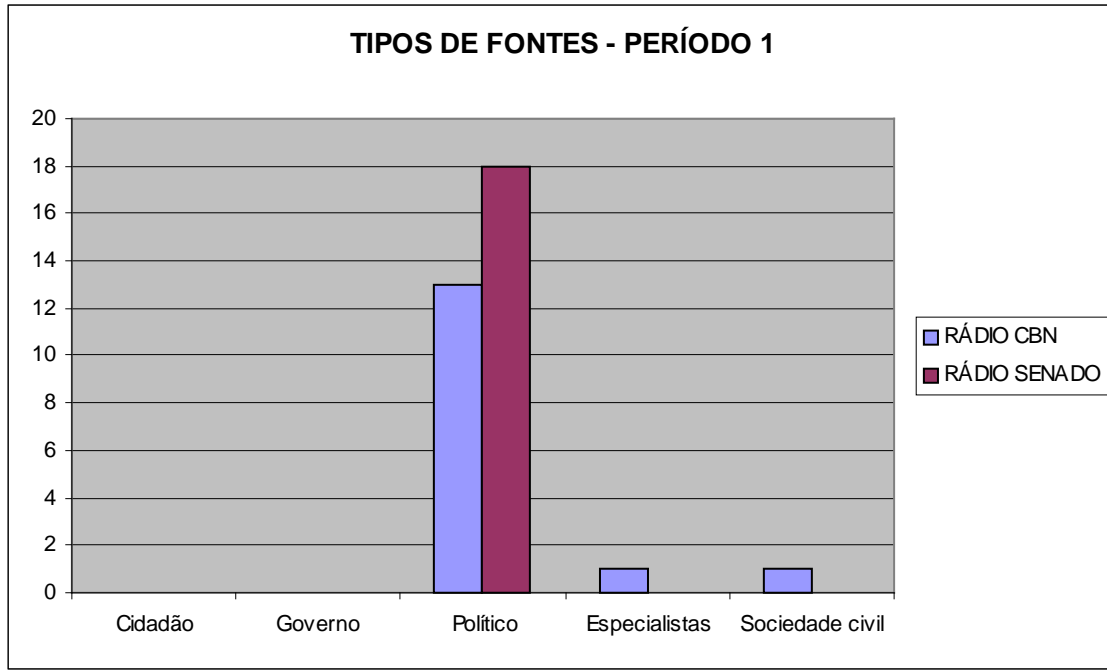
TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, A tribo jornalística: Uma comunidade**

interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

## APÊNDICES

## APÊNDICE DO 1º PERÍODO



## APÊNDICE DO 2º PERÍODO

