

---

## **Observatórios de mídia: por uma comunicação democrática - um olhar sobre as notícias de políticas públicas<sup>1 2</sup>**

Ana Cristina SPANNENBERG<sup>3</sup>

Anatália AMORIM<sup>4</sup>

Bianca Mara GUEDES<sup>5</sup>

Neimar da Cunha ALVES<sup>6</sup>

Diva SILVA<sup>7</sup>

Universidade Federal de Uberlândia

### **RESUMO**

O *paper* apresenta os observatórios de mídia enquanto instituições que permitem um olhar crítico da sociedade sobre a mídia e possibilitam um fazer mais reflexivo do jornalismo. A discussão é sustentada a partir da experiência do Luminar – Observatório de Mídia e Políticas Públicas, vinculado ao Curso de Jornalismo e ao PET Conexões de Saberes – Educomunicação, ambos vinculados à Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia. Em sua primeira fase a pesquisa se propôs a fazer um mapeamento da cobertura jornalística das políticas públicas na mídia de Uberlândia/MG, nos principais jornais digitais da Região Sudeste e nos veículos de comunicação alternativa digital. Os resultados parciais da análise demonstram pouco espaço dedicado à temática, além de excessiva burocratização das fontes.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Observatório de mídia, políticas públicas, comunicação e democracia

### **1. INTRODUÇÃO**

Observatórios de mídia funcionam como entidades que monitoram e reúnem dados sobre o conteúdo publicado por veículos de comunicação, porém sua perspectiva de comunicação democrática torna suas ações muito mais abrangentes que apenas a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado da Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, no GP 22 Comunicação para a Cidadania do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

<sup>2</sup> Os resultados apresentados neste artigo fazem parte do projeto de pesquisa intitulado “Políticas Sociais em pauta: Construção de um modelo de Monitoramento de cobertura sobre políticas sociais na mídia de Uberlândia/MG”, contemplado pelo Edital 01/2015 Fapemig – Demanda Universal.

<sup>3</sup> Jornalista, professora do Curso de Jornalismo da UFU, mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA/2004) e doutora em Ciências Sociais (UFBA/2009), coordenadora do projeto “Políticas Sociais em pauta: Construção de um modelo de Monitoramento de cobertura sobre políticas sociais na mídia de Uberlândia/MG” (contemplado pelo Edital 01/2015 Fapemig – Demanda Universal), email: [anaspann@gmail.com](mailto:anaspann@gmail.com)

<sup>4</sup> Discente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, bolsista do projeto “Políticas Sociais em pauta: Construção de um modelo de Monitoramento de cobertura sobre políticas sociais na mídia de Uberlândia/MG” (contemplado pelo Edital 01/2015 Fapemig – Demanda Universal), email: [anataliaamoriim@gmail.com](mailto:anataliaamoriim@gmail.com)

<sup>5</sup> Jornalista recém graduada pelo Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, ex-bolsista e atual colaboradora do projeto “Políticas Sociais em pauta: Construção de um modelo de Monitoramento de cobertura sobre políticas sociais na mídia de Uberlândia/MG” (contemplado pelo Edital 01/2015 Fapemig – Demanda Universal), email: [biancaguedes@gmail.com](mailto:biancaguedes@gmail.com)

<sup>6</sup> Jornalista, egresso do Curso de Jornalismo e mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação, ambos pela Universidade Federal de Uberlândia, colaborador do projeto “Políticas Sociais em pauta: Construção de um modelo de Monitoramento de cobertura sobre políticas sociais na mídia de Uberlândia/MG” (contemplado pelo Edital 01/2015 Fapemig – Demanda Universal), email: [neimardca@gmail.com](mailto:neimardca@gmail.com)

<sup>7</sup> Pedagoga, professora do Curso de Jornalismo da UFU, coordenadora do PET Conexões de Saberes – Educomunicação, e-mail: [diva@ufu.br](mailto:diva@ufu.br)

---

fiscalização. Segundo Rebouças e Cunha, “tais observatórios acabam introduzindo a participação política na vida das pessoas, aglutinando-as em torno de um interesse comum” (REBOUÇAS, CUNHA, 2010, p.87). E acrescentam:

Ao fazer parte da experiência de reflexão e proposição na formulação das políticas públicas, os observatórios estimulam a tomada de consciência e a participação política em outros campos de interesse. É uma forma de aprofundar a democracia por meio da participação. Esta pode ser amplificada até chegar ao patamar de representação. Dessa forma, os observatórios de mídia assumiriam o papel de instrumento para se atingir a democracia plena. (REBOUÇAS, CUNHA, 2010, p.87)

O presente *paper* apresenta os resultados parciais de um projeto que teve como objetivo principal a construção de um instrumento de monitoramento para observação das notícias sobre políticas públicas na mídia. A equipe de pesquisadores debruçou-se sobre três grandes grupos de veículos de comunicação: a mídia local de Uberlândia/MG, os jornais digitais de maior circulação na Região Sudeste do Brasil e os principais sítios da chamada mídia alternativa, visando identificar a frequência das políticas públicas pautadas pela mídia, quais os temas prioritários abordados e quem são os sujeitos mencionados nas notícias sobre políticas públicas.

No atual contexto histórico marcado pela retomada dos discursos em defesa do estado mínimo e da ampliação dos processos de privatização de vários tipos de serviços, a observação da cobertura midiática no que tange às políticas públicas faz-se emergencial. Políticas públicas são ações sob responsabilidade do Estado, decorrentes de garantias constitucionais e que ultrapassam ações de governos específicos, por isso, em sociedades democráticas, os meios de comunicação exercem papel decisivo na fiscalização da cobertura desse tema.

O texto a seguir está estruturado em três blocos: num primeiro momento nos propomos a discutir brevemente o papel do jornalismo em pautar as discussões sociais sobre diferentes temas, focando especificamente em como isso se aplica ao tema políticas públicas; em um segundo momento, apresentamos sucintamente os observatórios de mídia, de uma perspectiva histórica e conceitual; por fim, apresentamos o nosso percurso de pesquisa e alguns dos principais resultados encontrados, bem como levantamos algumas reflexões a partir desses resultados.

## 2. JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

O jornalismo consiste em uma prática social através da qual instituições de variada complexidade informam à sociedade sobre os acontecimentos referentes a um determinado período de tempo. Essa atividade não é uma prática recente, vários registros de civilizações da Antiguidade relatam formas diferentes de produção e circulação da informação, entretanto, na emergência da chamada Idade Moderna, ela assume um conjunto específico de características e determinadas funções que lhe conferem um papel de destaque nas organizações sociais.

Por esse motivo alguns autores, como Lorenzo Gomis, vão considerar que é o jornalismo o responsável pela construção da realidade social. Conforme esse autor, o jornalismo é um “método de interpretação sucessiva da realidade social” que tem como função “cercar-nos de um presente social contínuo, bastante novo para que nos impressione e bastante velho para que possamos conhecê-lo e comentá-lo, que é uma maneira de assimilá-lo e dominá-lo” (GOMIS, 1991, p.35.41-42)<sup>8</sup>. Essa construção somente torna-se possível pela disseminação do jornalismo e pelas inovações tecnológicas que o permitem chegar a atingir um público massivo.

Inserindo a prática jornalística em um contexto de modernização, Nelson Traquina considera que ela está sustentada por dois pólos: o primeiro, econômico, que pode ser percebido pela comercialização da notícia como mercadoria; o segundo, ideológico, vinculando a imprensa à teoria democrática e difundindo a ideia do jornalismo como um “serviço público” (2005, p.125-126). Essa visão é importante para demonstrar um pouco a complexidade do jornalismo, embora ainda seja limitada a dois elementos.

O jornalismo, como profissão e prática social, estabelece para si um conjunto de técnicas e rotinas que o caracterizam e orientam. A necessidade do estabelecimento de rotinas, para Wolf (2003), decorre de um conflito que permeia toda a prática jornalística: ocupar tempo e meios escassos com assuntos suficientemente relevantes para atrair o público. Para solucionar tal problema, a prática jornalística estabelece diversos procedimentos e que podem ser classificados, de maneira geral, em três grandes fases encontradas com frequência, mesmo com as variações que ocorrem de suporte para

---

<sup>8</sup> No original: “método de interpretación sucesiva de la realidad social” [...] “rodearnos de un presente social continuo, bastante nuevo para que nos impresione y bastante viejo para que podamos conocerlo y comentarlo, que es una manera de asimilarlo y dominarlo” (Tradução nossa).

suporte: coleta, seleção e apresentação (WOLF, 2003). No presente estudo, detivemos nosso olhar sobre os procedimentos de seleção, que perpassam todo o processo produtivo da notícia, permitem também construir determinada agenda social junto ao público receptor.

Aos fatos apresentados pelo jornalismo dá-se o nome de “notícia”, um conjunto de elementos que são destacados do todo social e aos quais se confere importância suficiente para difusão em grande escala pelos meios de comunicação. Mário Erbolato fixa no interesse do público o grau de noticiabilidade de um fato e entende que há, ainda, da parte do veículo, um certo grau de imposição, já que os veículos devem mostrar ao público que esse deve ter interesse sobre o assunto: “O noticiário deve ter utilidade pública para os leitores e influenciá-los pessoalmente, mostrando-lhes que devem ter um interesse no assunto divulgado. O maior número de leitores corresponde à melhor qualidade da notícia”. (ERBOLATO, 2003, p.52)

Apesar de ainda depositar sobre o público leitor a decisão sobre a noticiabilidade, a posição de Erbolato (2003) expande o olhar para duas questões fundamentais: a possibilidade dos meios decidirem o que é notícia e, com isso, influenciarem a opinião pública sobre essa decisão. Essa posição do autor é respaldada por teorias da comunicação que postulam a influência da mídia sobre os receptores indicando sobre que assuntos eles devem pensar (*agenda setting*) e como devem pensar (*framing*).

Proposta inicialmente no final dos anos 1960 em estudos desenvolvidos por pesquisadores da Escola de Chicago, liderados por Maxwell McCombs e Donald Shaw (MAINENTI, 2012; ROSSETO, SILVA, 2012),

A hipótese da *agenda-setting* não sustenta que a mídia tenta persuadir [...]. Descrevendo e precisando a realidade externa, a mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir [...] A asserção fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa. (SHAW apud WOLF, 2003, p.143 – grifos no original)

Em outras palavras, o que sustenta tal hipótese é que os meios de comunicação de maneira geral influenciam seus públicos indicando os assuntos que devem pautar sua conversação cotidiana. Ao concordar com essa ideia, é possível afirmar que “os veículos noticiosos são mais do que simples canal de transmissão dos principais eventos do dia: constroem e apresentam ao público um pseudo ambiente que condiciona como o público

vê o mundo” (MAINENTI, 2012, p.6). Seriam, de tal forma, os meios de comunicação os responsáveis por expor as pessoas a uma série de assuntos que, sem tal mediação, dificilmente seriam acessados. “[...] Agenda-setting é a compreensão de que grande parte da realidade social é fornecida às pessoas pelos media, logo se expõem assim suas opiniões. Além disso, os elementos enfatizados na agenda midiática acabam tornando-se igualmente importantes para o público. (ROSSETO, SILVA, 2012, p.101)

Em nossa pesquisa, interessou-nos observar quais os agendamentos adotados pelos meios de comunicação analisados no que tange à temática políticas públicas, sobretudo nas quatro temáticas escolhidas para operacionalização da coleta de dados. No Brasil existem diversos estudos sobre as políticas públicas e seu tratamento midiático, sobretudo em algumas temáticas específicas.

Em 2007, a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) divulgou seu relatório anual de observação da mídia. O documento apresenta o relatório da cobertura sobre infância nos 54 principais jornais diários do país em 2005 e demonstra que apenas 16% das notícias aborda o tema pelo ponto de vista das políticas públicas (CANELA, 2008a, p.92-93).

Ainda que, a médio prazo as pesquisas da ANDI identifiquem uma mudança de abordagem, os pesquisadores não consideram o suficiente para que se possa identificar alterações contundentes (MOTTA, 2008). Mesmo inserindo a perspectiva das políticas públicas, as notícias ainda possuem um tratamento pouco voltado à contextualização humana e a apresentação de alternativas.

Apesar de todas as conquistas, as estatísticas seguem sendo desfavoráveis à cobertura destas temáticas. Pesquisa realizada pela ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância, 2003), em 716 notícias veiculadas em 56 jornais brasileiros, revelou que a grande maioria deles publica, em média, cerca de uma matéria a cada dois dias sobre temas como pobreza e miséria, fome, desnutrição, exclusão, desigualdade, desenvolvimento humano, políticas compensatórias, assistencialismo, geração de renda e outros assuntos afins. Nos textos que tinham como foco essas questões, a ênfase estava no crescimento econômico como solução, não no desenvolvimento social e humano. Menos de 1% falava em desenvolvimento local, integrado e sustentável. (MOTTA, 2008, p. 334-335)

Em tal contexto, os meios de comunicação atuariam como elementos de manutenção de uma ordem estabelecida, na qual apenas as chamadas “anomalias” devem ser informadas.

Para essa concepção funcionalista, a sociedade é um organismo que tem partes doentes que precisam ser tratadas. À imprensa, caberia identificar o pedaço enfermo para que ele seja curado ou extirpado e, assim, salve o resto do corpo. [...] É natural, portanto, que a reduzida agenda da imprensa gravite sempre em torno dos mesmos temas e do mesmo tipo de enfoque, reverberando escândalos e denúncias, mas deixando de tocar em questões realmente importantes, justamente aquelas que são tão caras à agenda social. (CANELLAS, 2008, p.106)

Dito isso, é preciso ressaltar que, no presente estudo nosso objetivo foi construir um modelo para o monitoramento da cobertura sobre políticas públicas porque acreditamos e esperamos contribuir para que os resultados levantados ajudem a refletir sobre tais coberturas, tanto permitindo um olhar mais crítico da sociedade sobre a mídia quanto, possibilitando um fazer mais reflexivo do jornalismo pelos veículos.

### **3. OBSERVATÓRIOS DE MÍDIA: HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS**

A cidadania está ligada à prática de reivindicação e apropriação de espaços e de direitos, segundo Mazini-Covre (2001) e o conhecimento desses direitos deve ser cada vez mais socializado entre a população. O papel dos observatórios de mídia, nesse caso, pode ser fundamental no que diz respeito não só a democratização da informação, mas a uma formação de sujeitos que possam compreender e lidar melhor com os meios de comunicação e suas mensagens; sujeitos autônomos, críticos que possam ter uma inserção mais transformadora na sociedade.” (PARENTE, PINTO, 2017, p.426).

Embora existam poucos estudos registrados, sobretudo entre pesquisas da área da comunicação no Brasil, a origem dos observatórios de mídia, tal como os conhecemos hoje não é consensual. Alguns autores atribuem sua criação ao impacto da popularização dos observatórios astronômicos, entre os séculos XVIII e XIX, e à ampliação do uso de dados estatísticos por órgãos governamentais (ALBORNOZ, HERSCHMANN, 2006, p.2). Apesar de recorrerem a essas referências históricas, os autores destacam as especificidades de cada estrutura, bem como suas funções:

Ainda que possamos definir os observatórios de diferentes maneiras, especialmente os observatórios sociais, está se considerando aqui como “organismos auxiliares, colegiados e integrados de forma plural, que têm a função de facilitar o acesso público à informação de qualidade e propiciar a tomada de decisões por parte das autoridades responsáveis” (Maiorano, 2003). Em geral, a função desses observatórios estaria

---

associada as seguintes atividades: a) recopilação e elaboração de bases de dados; b) metodologias para codificar, classificar e categorizar informações; c) conexão entre pessoas e organizações que trabalham em áreas similares; d) aplicações específicas de novas ferramentas técnicas; e) análise de tendências/publicações (PNUD-Panamá, 2004).

Ao tratar especificamente sobre os observatórios de mídia, a origem destas instituições é situada por Cunha (2011) como uma decorrência da consolidação dos grandes conglomerados de mídia, especialmente a partir de fins dos anos 1970 e início dos anos 1980. Sua proposta é vinculada a uma crítica aos fluxos unidirecionais dos meios de comunicação de massa e à ideia de democratização da comunicação.

Ao dominar a distribuição da informação, um grupo pequeno de empresas possui controle também sobre os mecanismos de disseminação de uma ordem que o privilegia. É daí que advém a importância do questionamento dessa ordem, da democratização da comunicação e do acompanhamento, análise e crítica da mídia. (CUNHA, 2011, p.7)

O autor aponta como um dos principais marcos dessa crítica o relatório MacBride produzido pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciências e Cultura (Unesco) e divulgado em 1980, que denunciava uma espécie de “neocolonização cultural”, cujo fluxo poderia ser percebido do hemisfério norte para o hemisfério sul, o que demonstrava o peso do agendamento midiático (CUNHA, 2011, p.7).

Em continuidade a tal perspectiva, os processos de privatização e desregulamentação das telecomunicações que marcam a década de 1990 acabaram reforçando os conglomerados de comunicação, com poucos grupos controlando grande parte dos veículos de produção de conteúdo. O pensador francês Ignácio Ramonet, no final da década previu o impacto que esses movimentos teriam sobre a livre circulação da informação:

O objetivo visado por cada um dos titãs da comunicação é tornar-se o interlocutor único do cidadão. Querem poder proporcionar-lhe afinal notícias, dados, lazer, cultura, serviços profissionais, informações financeiras e econômicas; e desta forma coloca-lo em conexão com todos os meios de comunicação disponíveis – telefone, modem, fax, visio-cablagem, televisor, Internet. (RAMONET, 1998, p.124-125)

Este é o contexto no qual surgem os observatório da mídia. Albornoz e Herschmann, ao pesquisar sobre observatórios ibero-americanos, apontam que a maioria

daqueles que conseguiram identificar surgiram na segunda metade da década de 1990 (2006, p.3). Conforme Cunha, seu surgimento neste contexto define suas características: “a ação dos observatórios junto à mídia busca limitar a prioridade econômica do lucro máximo e tenta instituir o interesse social em seus conteúdos” (2011, p.9).

Ao nascer neste cenário, tais instituições estabelecem uma relação direta com os chamados Sistemas de Responsabilização da Mídia, ou MAS, do inglês, *Media Accountability System* (BERTRAND apud CUNHA, 2011, p.22). Cunha explica que os MAS são mecanismos que funcionam como “[...] respostas civis ao domínio mercadológico e ao enfraquecimento da regulamentação dos meios de comunicação de massa” (CUNHA, 2011, p.22) e podem ser classificadas em duas categorias: os observatórios fiscais, que monitoram o funcionamento dos meios de comunicação; e os observatórios *think tank*, que propõem refletir e intervir no encaminhamento de políticas públicas (ALBORNOZ, HERSCHMANN, 2006, p.5-7). Cunha e Rebouças propõem, ainda, uma terceira categoria, baseada nas experiências brasileiras, que mesclaria as duas anteriores (REBOUÇAS, CUNHA 2008, p.1-2).

Assim estruturados, os observatórios de mídia se constituem como instituições diretamente relacionadas à ideia de uma sociedade democrática, possibilitando a ampliação da participação cidadã nas decisões sociais.

A existência dos observatórios impulsiona a comunicação democrática, seja capacitando profissionais da área ou desenvolvendo a pedagogia crítica junto ao público receptor. O objetivo deles é que suas demandas sejam concretizadas em leis, instituições e políticas públicas. Para que isso ocorra, é preciso também a conscientização do público para a importância da temática; sobretudo, em um país onde existem leis que não são acatadas. (REBOUÇAS, CUNHA, 2010, p.87)

Assim, após estudar 77 observatórios de mídia em 23 países, Rebouças e Cunha (2010) identificaram cinco principais “possibilidades” que as práticas desenvolvidas nesse tipo de estrutura podem permitir:

- observação (análises científicas com finalidade de produzir material especializado com pretensões de objetividade);
- fiscalização (investigação com finalidade de produzir provas visando sanções);
- reflexão (fóruns, grupos com finalidade de proposição a respeito das políticas de comunicações e sobre as condições

- 
- atuais dos conteúdos, de sua produção, distribuição e consumo);
- informação (geralmente é resultado das práticas de observação, fiscalização e reflexão, porém, aqui, há uma mudança na direção do fluxo informativo; é o canal de comunicação do observatório com a sociedade; compreende a produção e publicação de conteúdo especializado, a organização de congressos e seminários etc; é comum a todos os observatórios, já que a própria página da internet serve como veículo informativo); e,
  - intervenção (com finalidades de capacitação, educação, mobilização e ações na área das comunicações). (REBOUÇAS, CUNHAS, 2010, p.91)

Dentro dessa concepção de democratização da comunicação foi construído o Luminar – Observatório de Mídia e Políticas Públicas. Por esse motivo, além de trazer análises sobre o conteúdo publicado pela mídia, também apresenta informação e propostas de reflexão e intervenção, adequando-se às principais características de um observatório, conforme propõem Rebouças e Cunha (2010, p.91).

#### **4. CAMINHOS DA PESQUISA E PRIMEIROS RESULTADOS**

Optamos pela utilização da Análise de Conteúdo como método de pesquisa para observação da cobertura do tema políticas públicas nos veículos de mídia. A análise de conteúdo (AC), especificamente aplicada ao texto, “[...] faz uma ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais. No divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, a análise de conteúdo é uma técnica híbrida que pode mediar esta improdutiva discussão sobre virtudes e métodos” (BAUER, 2002, p.190).

A AC é entendida como metodologia eficaz para uma série de observações no campo de estudos do jornalismo. “Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos de análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos”, conforme destaca Herscovitz (2007, p.123). A pesquisadora também frisa que esse método é eficaz para identificarmos os sentidos construídos, o que vai de encontro às críticas de que a Análise de Conteúdo resultaria em pesquisas com resultados quantitativos e superficiais.

Para realização do monitoramento, foram selecionados 37 veículos de comunicação, sejam digitais ou que disponibilizam seu conteúdo na rede mundial de computadores, com coberturas que abrangem diferentes regiões geográficas. Cinco veículos são do município de Uberlândia/MG, e configuram nossa amostra mais próxima

e local<sup>9</sup>, 10 são da Região Sudeste<sup>10</sup>, e 22 são veículos de mídia alternativa que se apresentam como de cobertura nacional<sup>11</sup>. A intenção foi procurar responder às questões: Qual a frequência das pautas sobre políticas públicas na mídia? Quais os temas prioritários abordados pela cobertura das políticas públicas? e Quem são os sujeitos nas notícias sobre políticas públicas?

A coleta de dados foi operacionalizada através do sistema de monitoramento do Google Alertas. A equipe da pesquisa testou algumas possibilidades e optou por essa ferramenta por permitir a busca direcionada em sítios específicos e dentro de um período de tempo pré-determinado. As unidades de registro foram recortadas a partir de quatro temas centrais – educação, habitação, saúde e trabalho e renda.

A fim de dinamizar a busca textual de notícias foram selecionados, a partir de pesquisa aplicada com o público a quem se destina inicialmente a proposta, nomes de políticas públicas e/ou instituições a elas vinculadas. Chegou-se, assim, aos seguintes termos de busca: “MEC” para políticas públicas de educação, pois o Ministério da Educação é o órgão do governo federal responsável por uma série de ações, como o FIES, o SISU, a política de Cotas e outras; o termo “Minha Casa, Minha Vida”, referente ao programa habitacional criado em 2009 para subsidiar a aquisição da casa própria por famílias de baixa renda para abordar as políticas de habitação; a sigla “SUS” para políticas de saúde, fazendo referência ao programa criado pela Constituição de 1988 e mantido pelo governo federal em parceria com estados e municípios que é considerado um dos maiores sistemas de saúde do mundo; e, por fim, o termo “salário mínimo”, que foi uma política implementada no Brasil pelo presidente Getúlio Vargas, na década de 1930, adota para analisar as políticas públicas envolvendo trabalho e renda.

---

<sup>9</sup> Foram selecionados todos os veículos jornalísticos locais que possuam produção de conteúdo diária e disponibilizavam seu conteúdo na rede mundial de computadores: Jornal Diário do Comércio, G1 Triângulo, TV Paranaíba, TV Universitária e TV Vitória.

<sup>10</sup> Foram selecionados os 10 principais veículos jornalísticos em circulação digital da Região Sudeste de acordo com os dados da Associação Nacional de Jornais, disponível no endereço: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>: Folha de São Paulo (SP), O Globo (RJ), O Estado de São Paulo (SP), Super Notícia (MG), Estado de Minas (MG), O Tempo (MG), Extra (RJ), Valor Econômico (SP), Hoje em Dia (MG) e A Gazeta (ES).

<sup>11</sup> Como a rede mundial de computadores torna dispersa e difusa a audiência, sobretudo em sites do chamado “jornalismo alternativo”, utilizou-se como critério objetivo para a seleção o número de seguidores na rede social Facebook. Com isso, foram selecionados 22 veículos: Mídia Ninja, Pragmatismo Político, Jornalistas Livres, Implicante, O Cafezinho, Spotniks, Nexo, Falando Verdades, A Pública, Think Olga, Repórter Brasil, Revista AzMina, Ponte Jornalismo, Projeto Draft, Senso Incomum, Jornal GGN, Mídia Sem Máscara, Aos Fatos, Calle 2, Risca Faca, Amazônia Real e A Escotilha.

Foram observadas todas as notícias dos 37 veículos publicadas na rede mundial de computadores entre 01 de janeiro e 31 de junho de 2017 e localizadas 1030 notícias que nos permitiram organizar um compilado quantitativo. Entre essas notícias, foram identificadas 329 sobre políticas de trabalho e renda, 326 sobre políticas de educação, 251 sobre políticas de saúde e 124 sobre políticas de habitação.

Trabalho e renda foi a temática com maior número de notícias na mídia do Sudeste. Entre os alternativos, porém, ocupou a penúltima colocação e, em Uberlândia, a última. O jornal O Estado de Minas é disparado o veículo com maior número de publicações, 77, seguido de O Estado de São Paulo, com 58, e do Extra, com 39. Educação foi a segunda temática mais mencionada entre as políticas públicas: 11 menções na mídia de Uberlândia, 259 nos jornais digitais do Sudeste e 56 notícias entre os alternativos. O jornal O Estado de São Paulo foi o que mais publicou notícias sobre educação, seguido da Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de Minas.

Saúde foi o tema mais abordado nos veículos de Uberlândia e na mídia alternativa pesquisada. Já no Sudeste, ocupou a penúltima colocação. O portal G1 em Uberlândia, o jornal Hoje em Dia, no Sudeste, e o jornal GGN entre os alternativos foram os que mais publicaram a respeito. Já as notícias sobre habitação apareceram em último lugar entre as temáticas pesquisadas nos jornais do Sudeste e nos alternativos. Apenas nos veículos de Uberlândia elas ocuparam a penúltima colocação. Dois jornais com linha editorial mais popular, Diário do Comércio, em Uberlândia, e Extra, no Sudeste, foram os que apresentaram maior número de matérias sobre o tema, seguidos do jornal O Globo e do alternativo Jornalistas Livres.

Após a análise quantitativa mais ampla, o compilado das matérias encontradas nos veículos analisados foi colocado em um software específico e submetido a sorteio aleatório pelo qual foram identificadas, a cada mês, uma notícia para cada temática. Nessas foram observados, mais detidamente, quem são os sujeitos das notícias sobre políticas públicas. Para tanto, também adotamos a técnica da Análise de Conteúdo, com o instrumento desenvolvido pelo grupo de pesquisa.

**Tabela 01 – Análise Qualitativa – Quadro geral**

<b>Número total de matérias</b>	<b>Número total de Sujeitos mencionados (nº)</b>	<b>Número total de Vozes (fontes - nº)</b>	<b>Abordagens</b>	<b>Destques (Localização na página)</b>
---------------------------------	--	--	-------------------	---

52	Representantes governamentais: 76 Sociedade civil: 38 Especialistas: 15 Outros: 28	Representantes governamentais: 58 Sociedade civil: 8 Especialistas: 16 Outros: 32	Positiva: 14 Negativa: 21 Neutra: 17	Principal: 29 Secundária: 8 Sem destaque: 15
----	---	--	--	--

Fonte: Autoria própria

Entre os resultados encontrados na compilação geral da análise qualitativa (Tabela 01), vale a pena destacar algumas questões. 40% das notícias sobre políticas públicas têm uma abordagem negativa e isso ganha destaque nos veículos jornalísticos. Porém, quando separamos pelo tipo de mídia, 92% das matérias da grande mídia de Uberlândia/MG e do Sudeste (Tabelas 02 e 03) são positivas ou neutras, enquanto, na mídia alternativa, 79% têm abordagem negativa. Tais números nos levantam a questão: será que se está tratando das mesmas políticas ou são os olhares lançados que diferem?

**Tabela 02 – Análise Qualitativa – Uberlândia/MG**

Número total de matérias	Número total de Sujeitos mencionados (nº)	Número total de Vozes (fontes - nº)	Abordagens	Destaques (Localização na página)
8	Representantes governamentais: 10 Sociedade civil: 1 Outros: 1	Representantes governamentais: 10 Sociedade civil: 4 Outros: 2	Positiva: 5 Negativa: - Neutra: 3	Principal: 4 Secundária: 0 Sem destaque: 4

Fonte: Autoria própria

Os representantes governamentais são os mais citados e também os mais ouvidos de modo geral. Por outro lado, a sociedade civil é citada, mas não é ouvida na mesma proporção. No total, apenas 7% das 114 fontes ouvidas são representantes da sociedade civil, contra 50% que são representantes governamentais. Em algumas áreas, como habitação, por exemplo, não houve sequer uma fonte da sociedade civil nas 11 matérias analisadas profundamente. A cidadã e o cidadão comuns foram somente 7% das pessoas ouvidas. Nos veículos do Sudeste (Tabela 03), nenhuma fonte da sociedade civil foi ouvida nas notícias sorteadas para análise aprofundada.

**Tabela 03 – Análise Qualitativa – Mídia Sudeste**

Número total de matérias	Número total de Sujeitos mencionados (nº)	Número total de Vozes (fontes - nº)	Abordagens	Destaques (Localização na página)
20	Representantes governamentais: 28 Sociedade civil: 2 Outros: 2	Representantes governamentais: 20 Sociedade civil: - Outros: 6	Positiva: 8 Negativa: 2 Neutra: 10	Principal: 1 Secundária: 8 Sem destaque: 11

Fonte: Autoria própria

Nos veículos alternativos (Tabela 04) matérias sobre as políticas estão acompanhadas de críticas à forma como elas estão sendo conduzidas ao não beneficiar quem deveria ou ao limitar e modificar regras para concessão de benefícios deixando-as mais rígidas. A postura dos políticos (gestores públicos) quase sempre também é questionada, seja por veículos alternativos de direita ou de esquerda. Apenas na temática educação, houve abordagem elogiosa (positiva).

**Tabela 04 – Análise Qualitativa – Mídia Alternativa**

Número total de matérias	Sujeitos mencionados (número de vezes)	Número total de Vozes (fontes - nº)	Abordagem	Destaques (Localização na página)
24	Representantes governamentais: 38 Sociedade civil: 35 Especialistas: 15 Outros: 25	Representantes governamentais: 28 Sociedade civil: 4 Especialistas: 16 Outros: 24	Positiva: 1 Negativa: 19 Neutra: 4	Principal: 24 Sem destaque: 0

Fonte: Autoria própria

Ao planejarmos esta pesquisa, tínhamos como hipótese o silenciamento das fontes da sociedade civil já identificado em pesquisas anteriores do grupo (SOUZA et al., 2016). Não tínhamos certeza se ele se repetiria na mídia alternativa. Como visto, a mesma situação se repete. Os especialistas, geralmente profissionais da área, são mais citados e ouvidos do que a própria comunidade que é atendida pela política pública. O que nos faz refletir que, mesmo sendo as políticas públicas ações de Estado voltadas às cidadãs e cidadãos, sua voz não tem espaço quando se noticia sobre elas na mídia.

Em momentos de instabilidade política e econômica como o que o país vive é preponderante que haja a luz da informação e do direito à liberdade de expressão. A intenção do observatório Luminar é jogar luz sobre a cobertura das políticas públicas, compreendendo que a mídia tem um importante papel de, não apenas informar, mas auxiliar o cidadão no acompanhamento das ações do Estado e na defesa dos seus direitos. Desejamos atuar como um farol de análises em meio à escuridão das *fake news*. A mídia faz pulsar a democracia e uma imprensa livre com jornalismo socialmente justo e responsável são um dos pilares do Estado Democrático de Direito.

## 5. REFERÊNCIAS

- ALBORNOZ, Luís A.; HERSCHMANN, Micael. *Os observatórios ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória*. **e-Compos - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, dez 2006. Disponível em: [www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos) Acesso em: 25 abr 2015.
- BAUER, Martin W. *Análise de conteúdo clássica: uma revisão*. In: BAUER, Martin W. e GASKELL, George. (orgs) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som – Um manual prático**. Trad. Pedrinho Guareschi. Petrópolis : Vozes, 2000, pp. 189-217.
- CANELA, Guilherme (org.) **Políticas Públicas Sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância / Cortez Editora : São Paulo, 2008a.
- \_\_\_\_\_. *A cobertura jornalística das políticas públicas sociais: elementos para debate*. In: CANELA, Guilherme (org.) **Políticas Públicas Sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância / Cortez Editora : São Paulo, 2008b, pp. 10-30.
- CANELLAS, Marcelo. *Nem imparcial, nem engajado: o repórter como artífice da notícia*. In: CANELA, Guilherme (org.) **Políticas Públicas Sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância / Cortez Editora : São Paulo, 2008b, pp. 104-114.
- CUNHA, Patrícia dos Santos da. **Observatórios de Mídia: conceito, práticas e fundamentos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Recife, 2011.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo – Redação, Captação e Edição no Jornal Diário**. São Paulo : Ática, 2003. Série Fundamentos.
- FALEIROS, Juliana Leme. "Escola sem Homofobia": Uma Leitura do Programa de Combate à Discriminação Sexual. In: SMANIO, Gianpaolo Poggio et al (Org.). *Políticas Públicas no Brasil: Trajetórias, conquistas e desafios*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 99-114.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoria del Periodismo – Cómo se forma el presente**. Barcelona : Paidós, 1991.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. *Análise de conteúdo em jornalismo*. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis : Vozes, 2007 (Coleção Fazer Jornalismo).
- MAINENTI, Geraldo Márcio Peres. *A teoria da Agenda: a Mídia e a Opinião Pública*. In: **IX POSCOM – Seminários dos Alunos da Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC Rio**. 2012. Disponível em: <http://pucposcom-rj.com.br/wp->

[content/uploads/2012/12/2-Geraldo-M%C3%A1rcio-Peres-Mainenti.pdf](#) Acesso em 13 mar 2015.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *E agora? Urgente colocar o social no centro da pauta jornalística*. In: CANELA, Guilherme (org.) **Políticas Públicas Sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância / Cortez Editora : São Paulo, 2008b, pp. 333-342.

PARENTE, Cristiane; PINTO, Manuel. *Observatórios de mídia enquanto espaços de cidadania*. In: SOARES, Ismar de Oliveira; VIANA, Claudemir Edson; XAVIER, Jurema Brasil. **Educomunicação e suas áreas de intervenção: novos paradigmas para o diálogo intercultural**. São Paulo : ABPEducom, 2017. Disponível em: [https://issuu.com/abpeducom/docs/livro\\_educom\\_-\\_paginas\\_em\\_sequencia](https://issuu.com/abpeducom/docs/livro_educom_-_paginas_em_sequencia) Acesso em: 16 abr 2018.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis : Vozes, 1998.

REBOUÇAS, E. ; CUNHA, P.S. *Para que um Observatório de Mídia? O caso da análise da publicidade de bebidas alcoólicas nas rádios do Recife*. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2008, Natal. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/8/80/Cunha.pdf> Acesso em : 25 abr 2015.

\_\_\_\_\_. *Observatórios de mídia como instrumentos para (da) democracia*. **RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação**, Rio de Janeiro, vol.4, n.4, p.85-93, nov 2010.

ROSSETTO, Graça P.N; SILVA, Alberto Marques. *Agenda-setting e Framing: detalhes de uma mesma teoria?* **Revista InTexto**, Porto Alegre : UFRGS, n.26, pp.98-114, jul 2012.

SARAIVA, Flávio Mesquita; CARVALHO, Fátima Franco Oliveira. *Políticas Sociais no Brasil Contemporâneo, reforma do Estado e subordinação das políticas sociais à política econômica*. In: GANEV, Eliane; SARAIVA, Flávio Mesquita; VIEIRA, Sílvia Valéria (org.). **Políticas Sociais: percursos e desafios interdisciplinares**. São Paulo : Terracota, 2012, pp.31-52.

SOUZA, Bianca M.G. et al. Políticas sociais e o MGTV – 2ª edição: análise do agendamento das políticas sociais no telejornalismo uberlandense. In: **Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste**, Salto/SP, 17 a 19 de junho de 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-0141-1.pdf> Acesso em: 23 abr 2018.

SOUZA, Celina. *Políticas Públicas: uma revisão da literatura*. Sociologias, Porto Alegre, n. 18, p.20- 44, jul/dez 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – Porque as notícias são como são. 2.ed. Florianópolis : Insular, 2005. Volume I.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003 (Col. Leitura Crítica).