

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Telejornalismo público: uma avaliação dos compromissos
da TV Brasil e da TV Cultura

Juiz de Fora
Agosto de 2013

Allana Meirelles Vieira

Telejornalismo público: uma avaliação dos compromissos
da TV Brasil e da TV Cultura

Trabalho de Conclusão de Curso
Apresentado como requisito para obtenção de
grau de Bacharel em Comunicação Social na
Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientadora: Prof.^a Dra. Iluska Maria da Silva
Coutinho

Juiz de Fora
Agosto de 2013

Allana Meirelles Vieira

Telejornalismo público: uma avaliação dos compromissos
da TV Brasil e da TV Cultura

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientadora: Prof.^a Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado
em 29/08/2013 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof.^a Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) – Orientadora

Prof.^a Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) – Convidado

Prof. Me. Jhonatan Alves Pereira Mata (UFJF) – Convidado

Conceito Obtido _____

Juiz de Fora
Agosto de 2013

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio incondicional. Ao meu pai, Geraldo, e ao meu irmão, Paulinho, pelo carinho e proteção. E, principalmente, à minha mãe, Rachel, pela amizade, pelos conselhos, pelo estímulo, pela confiança e pelo amor.

Ao Felipe, pelo companheirismo, pelo amor, pela paz e por todo o incentivo que me deu ao longo da faculdade.

À Nina pela participação em minha formação e pelo carinho que sempre teve comigo.

À Iluska, pela orientação, pelos ensinamentos, pelo apoio e, principalmente, pela grande amizade.

Aos professores que participaram da minha formação. Ao Paulo Roberto e ao Jhonatan pelas grandes contribuições neste trabalho.

Aos amigos, que participaram de cada conquista, com grandes colaborações e muito afeto:

Allan, Caio, Camila, Latika, Luiza, Nara, Maria Paula, Rhayssa, Roberta, entre tantos outros.

RESUMO

Este trabalho investiga em que medida os telejornais produzidos pelas emissoras públicas brasileiras, o Repórter Brasil da TV Brasil e o Jornal da Cultura da TV Cultura, cumprem o compromisso público. Assim, foram consideradas na avaliação as estruturas de financiamento, gerência e fiscalização das duas empresas, a fim de compreender de que forma possíveis brechas podem influenciar no telejornalismo que se veicula. Análises qualitativas foram realizadas a partir de uma semana composta de cada um dos noticiários, levando-se em conta a diversidade de temas, formatos, fontes e lugares de produção das matérias; assim como a cobertura política, por meio da observação da presença dos governos estaduais e federal, e dos partidos políticos. Além disso, foram feitas entrevistas com integrantes do Conselho Curador e responsáveis pelo jornalismo da TV Brasil e da TV Cultura. Em síntese, o trabalho reconhece a importância da existência de televisões que de fato cumpram o seu papel público para o desenvolvimento da democracia brasileira e da discussão sobre esses canais para que eles desenvolvam suas estruturas e seus telejornais a fim de realizarem efetivamente seus compromissos.

Palavras-chave: Telejornalismo Público. TV Brasil. TV Cultura. Avaliação. Cidadania.

GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1: Formatos do Repórter Brasil	43
Gráfico 2: Formatos do Jornal da Cultura	44
Gráfico 3: Editorias do Repórter Brasil	46
Gráfico 4: Editorias do Jornal da Cultura	47
Gráfico 5: Locais de Produção – Repórter Brasil	50
Gráfico 6: Locais de Produção – Jornal da Cultura	51
Gráfico 7: Locais de Produção – Repórter Brasil - Internacional	52
Gráfico 8: Locais de Produção – Jornal da Cultura – Internacional	53
Gráfico 9: Fontes do Repórter Brasil	55
Gráfico 10: Fontes do Jornal da Cultura	56
Gráfico 11: Presença do Governo no RB	60
Gráfico 12: Representantes do Governo no RB	60
Gráfico 13: Presença do Governo no RB	61
Gráfico 14: Representantes do Governo no RB	61
Gráfico 15: Viés das citações no RB	62
Gráfico 16: Viés das citações no JC	63
Tabela 1: Tabela Cruzamento da Presença do Governo – Repórter Brasil	64
Tabela 2: Tabela Cruzamento da Presença do Governo – Jornal da Cultura	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 TELEVISÕES PÚBLICAS E DEMOCRACIA	11
2.1 TV COMERCIAL E TV PÚBLICA: DIÁLOGOS OU MONÓLOGOS?	13
2.2 TV ESTATAL E TV PÚBLICA: DISTINÇÕES E SEMELHANÇAS	15
2.3 O COMPROMISSO PÚBLICO	17
2.4 CARACTERÍSTICAS DAS TELEVISÕES PÚBLICAS	19
3 TVS PÚBLICAS: NO MUNDO, NA AMÉRICA LATINA E NO BRASIL	22
3.1 O CONTEXTO LATINO-AMERICANO	23
3.2 TV BRASIL	26
3.2.1 Discussões sobre a independência e o papel da TV Brasil	29
3.2.2 A programação da TV Brasil	31
3.3 TV CULTURA	33
3.3.1 Discussões sobre a independência e o papel da TV Cultura	36
3.3.2 A programação da TV Cultura	38
4 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE NO TELERJORNALISMO PÚBLICO	40
4.1 DIVERSIDADE DE TEMAS E FORMATOS	41
4.1.1 Formatos	42
4.1.2 Editorias	45
4.2 ABRANGÊNCIA E REPRESENTAÇÃO	48
4.2.1 Locais de produção	49

4.2.2 Fontes	54
4.3 TELEJORNALISMO PÚBLICO E INDEPENDÊNCIA POLÍTICA	58
4.3.1 Presença do governo federal	59
4.3.2 Presença do(s) governo(s) estadual(ais)	67
4.3.3 Presença de Partidos	69
4.4 ANÁLISE QUALITATIVA	70
5 A INDEPENDÊNCIA NAS VOZES DOS JORNALISTAS E DO CONSELHO CURADOR DA TV BRASIL E DA TV CULTURA	79
5.1 FUNCIONAMENTO E IMPORTÂNCIA DOS CONSELHOS CURADORES	80
5.2 AVALIAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO	82
5.3 A PARTICIPAÇÃO DOS CIDADÃOS	83
5.4 A DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA	86
5.5 DIVERSIDADE DE OPINIÕES	88
5.6 COBERTURA POLÍTICA	89
5.7 AUTONOMIA	90
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99
APÊNDICE	103

1 INTRODUÇÃO

A televisão ainda é o meio de comunicação que mais atinge os brasileiros, mesmo com o advento da internet. Dados da Unesco (2008) apontam que 97% das casas brasileiras possuem aparelho de TV. Em um país onde os índices de analfabetismo ainda são altos - mais de 13 milhões de brasileiros são analfabetos segundo dados de 2010 do IBGE (PORTAL BRASIL, 2011), a televisão se configura como o meio mais democrático de acesso à informação e ao entretenimento.

Assim, torna-se importante discutir o sistema de radiodifusão brasileiro, principalmente, em um momento no qual manifestações populares eclodiram no país colocando como pauta de debate a representação política, mas também a representação da realidade ofertada nos meios de comunicação brasileiros.

Em um contexto de discussão sobre alternativas aos veículos tradicionais, coloca-se como essencial refletir sobre as televisões públicas e o jornalismo produzido por elas. Já que essas emissoras seriam importantes para o estabelecimento de um sistema de comunicação mais democrático e plural que contribua para o desenvolvimento da democracia brasileira como um todo.

Diante disso, esta monografia tem como proposta avaliar os principais telejornais das emissoras públicas brasileiras, o Repórter Brasil (RB) da TV Brasil e o Jornal da Cultura (JC) da TV Cultura, analisando em que medida esses noticiários contribuem para o cumprimento do papel público dessas TVs.

Para isso, se coloca como um dos objetivos específicos da pesquisa a observação das escolhas editoriais dos telejornais, no que diz respeito à distribuição temática e de formatos, à abrangência, à representação e às coberturas políticas. Além disso, a intenção da

pesquisa foi analisar as estruturas de financiamento e a gerência de cada emissora, a fim de refletir sobre possíveis influências nas decisões jornalísticas, assim como, sobre a efetividade do caráter público delas.

Para atingir as propostas, foram realizadas pesquisas bibliográficas, através de leituras de livros, reportagens, artigos científicos e jornalísticos. Com isso, foi possível adquirir uma visão crítica, e mais aprofundada, sobre o lugar e a importância da televisão pública em uma democracia, além de compreender melhor a trajetória desses veículos no mundo, na América Latina e no Brasil. As principais referências foram o documento intitulado “Indicadores de qualidade nas emissoras públicas” e o livro “Televisão pública: do consumidor ao cidadão”, além de autores como Iluska Coutinho e Laurindo Leal Filho. Os sites e documentos das emissoras analisadas também foram consultados, a fim de entender suas regras e propostas.

Para observar as escolhas editoriais, foram feitas análises quantitativas e qualitativas de cinco dias de cada um dos telejornais. O recorte empírico utilizado foi de uma semana composta dos telejornais, RB e JC. As edições analisadas foram veiculadas nos seguintes dias: segunda-feira, 08 de abril de 2013; terça-feira, 16 de abril de 2013; quarta-feira, 03 de abril de 2013; quinta-feira, 28 de março de 2013; e sexta-feira, 26 de abril de 2013. Optou-se por se observar uma semana composta a fim de que a análise não fosse prejudicada pela continuidade de determinados assuntos no noticiário, por exemplo.

Os telejornais foram assistidos a partir dos vídeos disponibilizados nos sites oficiais das respectivas emissoras. Na TV Brasil, cada reportagem foi publicada em um vídeo separado – aquelas que apresentaram problemas na exibição não puderam ser analisadas e, portanto, não foram contabilizadas. Já na TV Cultura, o telejornal foi divulgado por inteiro.

As variáveis observadas nas matérias dos telejornais foram: a duração, o formato, a editoria, o local de produção ou de foco, a dimensão e as fontes entrevistadas. Analisou-se

também a presença dos governos federal e estaduais, assim como dos partidos políticos. O espaço dos governos foi ainda avaliado a partir da observação da forma como eles apareceram, dos representantes que tiveram voz e do viés de tratamento deles. Os dados foram cruzados a fim de permitir uma reflexão maior sobre esse aspecto.

Além disso, foram realizadas entrevistas com integrantes do Conselho Curador de cada um dos canais, assim como, com responsáveis pelo jornalismo das duas emissoras de TV. No caso da TV Brasil, foram entrevistados o jornalista, professor e membro representante da sociedade civil do Conselho Curador, Murilo César Oliveira Ramos, e a diretora de jornalismo, Nereide Beirão. Já na TV Cultura, foram entrevistados o presidente do Conselho Curador, o advogado Belisário dos Santos Jr. e o coordenador de jornalismo, Carlos Cristofanilli.

A partir dessa metodologia, foi possível refletir sobre o cumprimento do papel público pela TV Brasil e pela TV Cultura, a partir de seus principais telejornais, o Repórter Brasil e o Jornal da Cultura. O trabalho foi dividido em quatro capítulos de desenvolvimento, sendo que o primeiro busca refletir sobre a importância das televisões públicas para a democracia; o segundo discorre sobre as experiências destas TVs no mundo e na América Latina, além de apresentar a estrutura da TV Brasil e da TV Cultura; o terceiro apresenta os resultados das análises quantitativas e qualitativas; e o quarto apresenta as vozes de jornalistas das duas emissoras e de membros dos conselhos responsáveis por zelar pela programação delas, ouvidos em entrevistas realizadas para essa pesquisa.

2 TELEVISÕES PÚBLICAS E DEMOCRACIA

Os meios de comunicação têm papel importante na configuração das democracias, cujo desenvolvimento na contemporaneidade está relacionado ao nível de pluralidade, independência e liberdade dos sistemas midiáticos. Segundo Habermas, citado por Muniz Sodré (2008), os meios de comunicação são indispensáveis para a construção de uma democracia deliberativa, na qual há uma “busca cooperativa, por parte de cidadãos deliberantes, de soluções para problemas políticos” (HABERMAS apud SODRÉ, M., 2008).

De acordo com Muniz Sodré,

nesse desejado modelo deliberativo, são os processos comunicativos de demanda que entram em jogo se as decisões políticas e as linhas de ação governamental pretendem obter legitimidade. É preciso, assim, haver inclusão e iguais oportunidades para que os cidadãos participem de mecanismos deliberativos que sejam públicos, transparentes e baseados em expectativas de resultados razoáveis. (SODRÉ, M., 2008).

Da mesma forma, Portales (2002, p.134) argumenta que o sistema democrático se aperfeiçoa quando os poderes, especificamente o governo, são controlados pela cidadania, o que faz com que a liberdade de expressão e a pluralidade de opiniões nos meios de comunicação sejam elementos fundamentais nessa forma de governo.

Segundo o Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, “o direito à comunicação é um dos pilares centrais de uma sociedade democrática” (INTERVOZES). E como um direito humano, ele deve ser universal e indissociável dos outros direitos fundamentais, permitindo que todos tenham voz e possam se expressar. Assim, o direito à comunicação vai além da liberdade de expressão e do direito à informação, segundo o Intervozes. Inclui o direito de “ter acesso aos meios de produção e veiculação de informação, de possuir condições técnicas e materiais para ouvir e ser ouvida, de ter o conhecimento

necessário para estabelecer uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.” (INTERVOZES).

Nesse contexto de busca pelo uso da mídia como espaço de informação e expressão, a televisão, principalmente em países como os da América Latina, se estabelece como um espaço de representação e constitui-se como um ator decisivo nas transformações políticas (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.44). Sendo um espaço estratégico, “em boa medida, passam pela democratização dessa ‘esfera pública eletrônica’ que é a televisão, possibilidades de democratização dos costumes e da cultura política” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.44).

Diante dessas considerações, coloca-se como um dos fatores necessários para a configuração de uma democracia desenvolvida, em termos de comunicação de massa, a existência de uma complementaridade entre os meios de radiodifusão comerciais, estatais e públicos. Assim, a sociedade teria acesso a diferentes modelos de produção jornalística e cultural. Do mesmo modo, o sistema de comunicação deve ser protegido de oligopólios que impedem a realização do ideal de pluralidade.

Segundo Martín-Barbero (2002), há nas televisões uma repetição de representações que, muitas vezes, são distorcidas pelos interesses econômicos e políticos que as sustentam. Além disso, no contexto atual, o mercado domina a sociedade, colocando-se como decisivo na vida pública e privada. Essa é a compreensão de Pinto:

Como escreveu recentemente Boaventura de Sousa Santos, “ao dominar a esfera da autonomia dos cidadãos, o Mercado passou a estar na base da concepção dominante da sociedade civil”. Ora, se é certo que não se pode prescindir do lugar e papel do Mercado numa análise das dinâmicas sociais, não é menos certo que ele constitui uma dimensão da sociedade e não se pode confundir com ela ou sobrepor-se-lhe. (PINTO, 2005, p.15).

Da mesma maneira, Wolton (2009 apud COUTINHO, I., 2013), aponta os problemas enfrentados pelas televisões no que diz respeito à sua independência.

(...) a mídia está submetida a uma dupla influência muito forte: em primeira instância, à pressão econômica, através da concentração, e em segunda, à pressão dos políticos que querem controlar a mídia. (...) Seria necessário separar muito mais a mídia/comunicação do poder econômico e do poder político. (...) O mais

importante é que as grandes democracias devem criar televisões públicas para que elas possam coexistir com as televisões privadas. Isso custa menos do que investir em armas. (WOLTON, 2009 apud COUTINHO, I., 2013, p.3).

Nesse cenário, se destaca o papel das emissoras públicas que se colocam como alternativa aos sistemas comerciais e governamentais.

Podemos dizer, pela afirmativa, que a televisão de serviço público se diferencia como realidade específica, quando e na medida em que se assume como uma instituição da sociedade, agindo em estreita relação com as outras instituições, vocacionada para lhes dar vez e voz, sem estar condicionada pelas exigências do sucesso, embora também não as enfeitando. É nesta relação de horizontalidade, dando corpo a um projeto de ação comunicativa de natureza mais interativa, que vemos emergir o sentido de existência de um operador televisivo atuando em nome da comunidade e ao seu serviço. (PINTO, 2005, p.15-16).

Para que a televisão exerça o seu papel estratégico de representação do vínculo entre os cidadãos, Martín-Barbero defende a necessidade da “existência clara e operante de uma televisão pública” nos países da América Latina (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.45).

2.1 TV COMERCIAL E TV PÚBLICA: DIÁLOGOS OU MONÓLOGOS?

No documento “Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea”, os autores reafirmam a compreensão de que os sistemas comerciais e públicos são “complementares, necessários um ao outro e, ambos, necessários à democracia” (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p.13), e não opostos entre si.

Além disso, não se propõe que as emissoras comerciais sejam “diabólicas” e nem que percam seu caráter de massa e de lucro (RINCÓN, 2002, p.334). Mas sim que seja repensado o lugar da TV comercial como ator prioritário na construção do caráter público, a partir da experiência e desenho do mercado audiovisual brasileiro. Ainda que os modelos comerciais de comunicação tenham o lucro como um de seus objetivos, o serviço público

deve ser um compromisso, já que a radiodifusão é uma concessão pública. Mas, na prática, os interesses econômicos acabam sendo privilegiados.

Assim, as televisões públicas assumem a responsabilidade de serem referências na busca e na execução dos objetivos relacionados ao interesse público. “Formou-se aí uma clareza de larga aceitação quanto à funcionalidade dessas emissoras: para mediar o debate entre os cidadãos, de onde emergem as soluções democráticas, elas não poderiam ter como único objetivo o lucro” (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p.13).

Ainda segundo os autores do documento (cartilha) elaborado a pedido da Unesco e da EBC, esta premissa, que originou os sistemas públicos de televisão na Europa e nos Estados Unidos, também contribuiu para a criação de órgãos reguladores que tentam historicamente combater os malefícios dos monopólios e da propriedade cruzada dos meios¹, em vários desses países. Deste modo, há uma defesa pela pluralidade de vozes e pela concorrência saudável entre os meios de comunicação.

No livro “Televisão Pública: do consumidor ao cidadão”, diversos autores propõem entender que a televisão comercial corresponde àquelas que têm como principal fim o lucro. Isso não significa, porém, que todas as emissoras que tenham publicidade sejam comerciais, já que muitos canais públicos são financiados parcialmente através da venda de publicidade. Assim, para Fuenzalida (apud RINCÓN, 2002, p.332), a diferença essencial entre essas emissoras estaria nos valores a serem maximizados por cada empresa.

Na televisão pública, maximizar a contribuição do serviço público (medido em termos de pluralismo, diversidade programática, descentralização e inovação cultural); e na televisão privada, em termos de maximização dos ganhos. Isso não implica que as empresas privadas de televisão não tenham qualquer compromisso com a construção do caráter público. (RINCÓN, 2002, p.332).

O papel das emissoras públicas se constitui, portanto, em ser uma alternativa e complemento às TVs comerciais, veiculando conteúdos que não são privilegiados por elas e

¹ Propriedade cruzada é um termo que faz referência à concentração de mídia, na qual um empresário (ou família) é proprietário de mais de um veículo de comunicação, jornal, TV, rádio.

buscando novos formatos. Sem, porém, “se condenar à marginalidade e à irrelevância social” (RINCÓN, 2002, p.333). Além disso, afirma-se o compromisso das TVs públicas de incluir as minorias, enquanto produtoras e audiências, “já que a democracia é o modo de organização social de vinculação e proteção das minorias” (RINCÓN, 2002, p.334).

2.2 TV ESTATAL E TV PÚBLICA: DISTINÇÕES E SEMELHANÇAS

Há, no Brasil, uma ampla confusão dos conceitos de televisão pública e estatal. Como Sodré explica, no país, o termo público, muitas vezes, não tem lastro de significado, por ser compreendido com o sentido estatal. “Em outras palavras, a TV Pública é vista como ‘o canal do governo’, ou seja, algo público, mas que tem dono” (SODRÉ, B., 2007, p.9-10).

Por outro lado, segundo o entendimento central do livro organizado por Rincón (2002, p.331), apesar de necessária a distinção entre o caráter público e o governamental, ela não consegue abarcar a diversidade das televisões públicas da América Latina, já que o termo televisão do governo como propaganda e difusão de um regime político se aplica a alguns casos – como os de Cuba, Chile, Peru e Argentina – mas não a todos. “Pelo contrário, o que mais existe neste continente são televisões estatais por propriedade e financiamento, que não são propaganda de regime nenhum” (RINCÓN, 2002, p.331).

Uma tentativa de conceituação feita por Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012, p.21), considera que toda emissora estatal é pública, mas nem toda emissora pública é estatal. Assim, a televisão estatal não deve ter como sinônimo ser uma

emissora de propaganda partidária empenhada na defesa dos interesses eleitorais ocasionalmente instalados no governo. (...)
 (...) a definição de emissora estatal resulta do atendimento de três requisitos: sua propriedade e sua natureza jurídica a vinculam direta ou indiretamente ao Estado, nos termos da legislação que rege a administração pública do país; sua gestão

cotidiana está subordinada a autoridades de um dos três poderes da República; e sua programação sofre limites decorrentes dos dois requisitos anteriores, estando, portanto, mais a serviço das necessidades de divulgação decorrentes da lógica interna do Estado do que a serviço de refletir livremente o debate e a diversidade cultural que resulta das dinâmicas não-estatais típicas da vida social. (BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012, p. 21-22).

Já as emissoras públicas são caracterizadas pelos autores como aquelas que não têm sua gestão subordinada a nenhum dos três poderes da República – executivo, judiciário e legislativo. Além disso, sua programação não pode sofrer interferências de autoridades externas.

Em primeiro lugar, sua propriedade e sua natureza jurídica *não* a vinculam direta ou indiretamente ao Estado, nos termos da legislação que rege a administração pública, mas também *não* a caracterizam como empresa comercial, uma vez que ela não tem finalidade de lucro e não é financiada pelo mercado anunciante. Como regra, ela *não* *veicula comerciais* e nesse mercado, não compete com as emissoras comerciais. Em segundo lugar, seu financiamento é de natureza pública, ou seja, ela vive de dotações regulares vindas do Estado ou da sociedade. Quando vindos da sociedade, os recursos que financiam a emissora pública podem resultar de uma taxa – compulsória (*license fee*) – ou de doações voluntárias. O fundamental, para esta conceituação, é que esses aportes financeiros estejam previstos em lei e sejam protegidos por lei, de tal forma que não podem ser desviados, pela autoridade pública, para outras finalidades, e também não podem ser contingenciados de acordo com a discricionariedade do agente público. A lei, também, deve deixar expressa a não vinculação da emissora pública a qualquer autoridade externa ao seu próprio corpo funcional. Ressalte-se que os conselhos curadores, que abrigam representantes da sociedade e representantes de instituições, como universidades, são órgãos internos, que integram o corpo da emissora pública. O que contraria sua natureza de emissora pública não é a existência dos conselhos, nem a existência de representantes da sociedade nos conselhos, mas a subordinação, legal ou informal, tácita, a uma autoridade do Poder Executivo, do governo ou de outro poder estatal. A emissora pública não deve prestar qualquer forma de contrapartida política ao recebimento de recursos dos poderes públicos. (BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012, p.22-23).

Vale destacar que alguns autores, como Martín-Barbero (2002), discordam do fato de que a veiculação de comerciais descaracteriza uma televisão pública, como defendido por Bucci, Chiaretti e Fiorini. Os mesmos autores, porém, assumem que essas definições não são “camisas de força para enquadrar a realidade” (BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012, p.24). Desta forma, compreendem a possibilidade de emissoras estatais terem vocação pública, assim como de televisões e rádios públicas demonstrarem subserviência voluntária ou negociada em relação a governos e poderes.

“O caráter público é mais ambíguo, complexo e diverso do que o caráter governamental” (RINCÓN, 2002, p.331). Na televisão pública, é necessário “um regime legal e organizacional que garanta a autonomia de gestão e a pluralidade e diversidade de suas mensagens”, defende Rincón (2002, p.331).

2.3 O COMPROMISSO PÚBLICO

A existência de uma emissora pública responde ao direito das pessoas de terem acesso à informação jornalística, ao conhecimento e às manifestações culturais, seja como autoras, agentes ou espectadoras, defende Eugênio Bucci, que atuou como presidente da Radiobrás² de 2003 a abril de 2007.

As emissoras públicas, em suma, existem para ajudar a sociedade a realizar o ideal da imprensa — que é instituição social, independente do Estado, em que vige a liberdade de expressão, incumbida de fiscalizar o poder. Elas só têm sentido social e histórico se estiverem a serviço da sociedade e dos direitos dos cidadãos. (BUCCI, 2010, p.5).

A emissora pública teria, então, o dever de se diferenciar dos outros sistemas, apresentando conteúdos que não são encontrados em outros canais e que se caracterizam por sua pluralidade, ética, independência e valorização do interesse público. Segundo Aguiar, em livro que aborda a implantação da TV Brasil,

O conceito de “interesse público” em matéria de televisão requer a oferta de serviços de televisão aos quais todos possam ter acesso, portanto sem limitações de qualquer ordem, abrangendo tanto a sua condição de cidadão quanto de pessoa humana. Segundo esta posição teórica, a noção de interesse público guarda certa oposição com a de televisão de mercado. Quando se trata do interesse público, os valores de ordem cultural têm uma posição central, estando os demais valores a eles subordinados. Já na televisão de mercado, os valores centrais são de ordem

² A Radiobrás foi uma empresa pública do Governo Federal criada em 1975 para gerir todas as emissoras de TV e rádio do governo federal espalhadas pelo Brasil. Foi incorporada pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em 2008.

econômica, ficando os demais valores em posição secundária. (AGUIAR, 2012, p.65).

Por sua vez Omar Rincón defende que essas missões devem ser traduzidas em “uma televisão boa e competitiva” na prática. “E fazer boa televisão é inovar, criar propostas diversas, formar os novos talentos, gerar novas formas de colocar as identidades em imagens”, afirma (RINCÓN, 2002, p.320).

Sobre o aspecto da relação da emissora com o público, Martín-Barbero, citado por Mônica Fort (2005), argumenta que o papel da TV pública é interpelar mais ao cidadão do que ao consumidor, construindo um espaço público de diálogo entre comunidades culturais e atores sociais. Da mesma forma, no livro “Telejornalismo Público: do consumidor ao cidadão”, defende-se essa comunicação, sem, porém, colocar os conceitos de consumidor e cidadão como antagônicos.

Diz-se que a televisão pública deva gerar diálogo, promover formas ativas dos direitos do consumidor, gerar a necessidade de construção, a partir dos indivíduos de cidadanias coletivas, proporcionar formas comunicativas de exercer a democracia no mediático. Assume-se o cidadão que existe no consumidor, porém não se está satisfeito com esse tipo de cidadania, busca-se uma mais ativa, mais democrática, solidária, dialogadora e civil, uma cidadania que exerça ativamente seus direitos e faça/pense no coletivo. (RINCÓN, 2002, p.336).

As emissoras públicas devem ser um espaço para que os cidadãos se expressem e se representem, reduzindo a lacuna entre comunidade e atores sociais.

O ideal é projetar uma televisão humanista, que promova uma melhor compreensão entre todos e permita aos excluídos terem um controle sobre suas imagens públicas; que propicie novas formas de controle e de rede social, ao permitir às pessoas a possibilidade de criar e de contar suas próprias histórias; uma tela que possibilite imaginar novas audiências e novas consciências, sobretudo a partir dos atores sociais que se sentem abandonados pela tela comercial. (RINCÓN, 2002, p. 337)

Além disso, de acordo com Pinto “a televisão de serviço público afirma-se e diferencia-se pelo seu caráter de referência e de exemplaridade”. Assim, ela não deveria nivelar por baixo, mas colocar a exigência em um nível mais elevado possível, buscando “o

profissionalismo, as especificidades do discurso e estética televisivos, a capacidade de despertar interesse e de alargar horizontes” (PINTO, 2005, p.16).

O autor ainda reafirma a necessidade de existência de uma televisão pública a fim de ser uma alternativa aos modelos comerciais, que privilegiam o lucro, e aos estatais, que acabam priorizando os interesses políticos.

Seja pelos mecanismos do mercado e da inerente busca da maximização do volume e características das clientelas, seja pelas pressões e jogos do Estado e dos governos, permanentemente tentados pela influência e busca do assentimento às políticas do momento, a lógica televisiva dificilmente se exime a uma teia de interesses e de estratégias que tendem a fazer da TV generalista um poderoso instrumento de conquista. Entendemos que um serviço público de televisão, para que efetivamente o seja, só tem vantagens em se libertar destas amarras e conquistar o seu espaço autônomo, entrosando-se de forma progressiva e consciente com as dinâmicas e as instituições sociais. (PINTO, 2005, p.15).

2.4 CARACTERÍSTICAS DAS TELEVISÕES PÚBLICAS

As televisões públicas se apresentam de maneiras diversas em contextos diferentes. Não há uma definição capaz de abranger a diversidade de modelos que existem em várias nações e épocas. Porém, no documento “Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea”, algumas características são colocadas como comum quanto ao funcionamento de uma emissora pública, ao menos em termos ideais ou normativos:

1) independência editorial e financeira; 2) autonomia dos órgãos de governança; 3) pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; 4) claro mandato de serviço público, estabelecido em documentos legais pertinentes; 5) prestação de contas (*accountability*) junto ao público e junto aos órgãos reguladores independentes. (BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012, p.9).

Ao longo do documento, os autores acrescentam e aprofundam estas características, levando em conta, inclusive, definições de outros países. No caso dos Estados

Unidos, no qual a rede de emissoras públicas tem o nome de *Public Broadcasting Service*, *PBS*, as condições para que se entenda uma TV como sendo pública abrange a independência, garantia de financiamento e transparência.

Já Eric Barendt, em *Broadcasting law: a comparative study* (apud BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012, p.16), considera outras características, como: abrangência geográfica; preocupação com a identidade e cultura nacionais; independência tanto do Estado quanto de interesses comerciais; imparcialidade na programação; diversidade de programação; financiamento substancial proveniente de uma taxa paga pelos usuários.

Porém, algumas controvérsias sobre esses atributos foram apontadas pelo documento brasileiro. Em relação à identidade nacional, os autores demonstram preocupação sobre o risco de chauvinismo; quanto ao financiamento por meio de taxas, eles levam em conta as dificuldades de colocar em prática esse modelo em lugares onde elas não existem, podendo provocar, inclusive, uma competição pela audiência, em vez das emissoras se concentrarem na qualidade e diversidade da programação.

Além disso, a ideia de imparcialidade pode ser questionada, já que este valor pode existir como meta, mas não como prática. O fazer jornalístico é influenciado por diversos fatores subjetivos e parciais, mesmo que sem intenção, em todas as etapas de sua produção. Assim, essa proposta acaba tornando-se impossível de ser atingida de fato.

Entre as características da TV Pública, uma das questões que mais desperta discussões é o financiamento dessas emissoras. De um lado, autores como Bucci, Chiaretti e Fiorini levam em conta o risco das TVs públicas se comportarem como comerciais, quando estiverem competindo por receitas publicitárias.

Qualquer meio ou produto de radiodifusão que precise se adequar a determinações mercadológicas acaba carregando consigo necessidades e estilos que são próprios dessas determinações e que, afinal, impõem tempos, cortes, escolhas que vêm de fora da emissora. (BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012, p.14)

Por outro lado, Portales (2002, p. 136) argumenta que muitas TVs públicas de caráter regional no México e Brasil, foram dependentes de governos e tiveram dificuldades devido à proibição de se financiarem, ainda que parcialmente, por meio de publicidades. “Embora alguns acreditem que isso é um mérito, porque qualquer outra forma desvirtuaria a sua missão, na realidade é um freio ao seu desenvolvimento, porque muitas vezes as verbas do orçamento mal cobrem a folha de pagamento e as despesas fixas.” (PORTALES, 2002, p. 136).

Para impedir que o repasse de verba dos governos se coloque como uma limitação à independência das emissoras destaca-se o papel dos Conselhos Curadores, que têm justamente esta tarefa de fiscalização. Além disso, a TV Brasil e a TV Cultura, por exemplo, permitem outras formas de obtenção de recursos, que excluem a publicidade de produtos, mas incluem as publicidades institucionais, os patrocínios e prestação de serviços.

3 TVS PÚBLICAS: NO MUNDO, NA AMÉRICA LATINA E NO BRASIL

A primeira televisão pública brasileira foi a TV Universitária de Pernambuco, inaugurada em 1968, em um contexto de ditadura militar e 18 anos depois do surgimento da televisão no Brasil (COSTA, 2009). Enquanto isso, em vários países da Europa, esse meio de comunicação já nasceu público.

Nas nações europeias, como Alemanha, França e Inglaterra, as emissoras públicas nasceram por iniciativa do Estado e eram inicialmente controladas pelos governos nacionais. Após a Segunda Guerra Mundial e no contexto do Estado de Bem Estar-Social, elas tomaram suas faces públicas, a partir do fortalecimento da democracia e do sentimento de cidadania. Assim, passaram a ter um controle público, com a criação de conselhos de representantes e com a participação da sociedade em sua gerência (FUENZALIDA, 2002, p. 173 e MEMÓRIA EBC).

Por outro lado, as primeiras televisões públicas europeias foram marcadas “por uma concepção elitista e um viés profundamente voluntarista: os intelectuais e artistas acreditam saber o que as massas precisam, e com isso recriam a cultura nacional” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.54). Ainda assim, esse modelo ofereceria bons resultados culturais, políticos e econômicos, segundo o autor.

Em 1926, foi criada a televisão pública britânica, British Broadcasting Corporation (BBC), referência no mundo inteiro, não apenas entre as emissoras públicas, mas reconhecida como a “melhor TV do mundo”, como foi considerada por Laurindo Leal Filho (1997). Seu “caráter pioneiro acabou por servir, em boa medida, de “padrão” e modelo orientador para os diversos países do espaço europeu” (FIDALGO, 2003, p.1).

A BBC possui um Conselho composto por 12 representantes da sociedade que tem, entre outras, a função de nomear uma diretoria executiva, responsável por gerir a empresa. Os integrantes do Conselho não têm vínculos com organizações nem com a TV Comercial. A nomeação é feita formalmente pela rainha, mas a indicação na prática é feita pelo primeiro-ministro. O modelo de financiamento é baseado no pagamento de taxas anuais por parte dos cidadãos ingleses, o que garante total autonomia à emissora (EBC).

Apesar da estrutura de funcionamento da BBC ser considerada uma das melhores do mundo, a realidade de cada lugar e época se impõe como restrição ao estabelecimento de uma lógica idêntica. Assim, cada país e região precisa adequar-se a sua realidade, buscando a maneira mais apropriada de implantação do sistema público de comunicação. A discussão sobre qual seria a melhor forma de transformar o telejornalismo efetivamente em um serviço público genuíno deve levar em conta o país em questão e suas necessidades.

3.1 O CONTEXTO LATINO-AMERICANO

Na América Latina, historicamente as televisões públicas tiveram forte controle dos governos e, em muitas situações, se transformaram em instrumento de propaganda governamental, “a serviço do caudilhismo político do momento” (FUENZALIDA, 2002, p. 173). Porém, a falta de credibilidade destes canais levou a uma escassa audiência e, portanto, a uma revisão desta situação.

A experiência histórica latino-americana com esse tipo de canais governamentais exibe uma espiral descendente de descontinuidade de direção, uma falta de credibilidade na informação, uma falta de legitimidade perante a audiência, uma falta de sintonia e crise econômica (cfr. Fox. 1997). Essa situação é social e academicamente cada vez menos aceitável. (FUENZALIDA, 2002, p.174)

Assim, Fuenzalida alertou para a falta de sustentabilidade na América Latina, dos canais públicos corruptos, propagandísticos e dependentes dos governos, já que eles não possuíam mais credibilidade, legitimidade social e nem responsabilidade econômica. Dessa forma, seria necessário, para ele, desenvolver “novos conceitos e novas formas de organização” (FUENZALIDA, 2002, p. 175).

Otondo (2002, p.285), também reflete sobre as dificuldades do modelo público na América Latina, citando os problemas burocráticos, administrativos e financeiros. “Sem uma sólida consciência de sua vocação, e sem mecanismos que garantam sua independência e autonomia jurídico-financeira, a televisão pública na América Latina pouco ou nada poderá fazer em benefício da comunidade e, aí sim, não terá razões para existir.” (OTONDO, 2002, p.284).

Essa situação de escassez de credibilidade das televisões públicas, segundo Fuenzalida, contribuiu para que os governos latino-americanos estabelecessem “uma relação corrupta de cumplicidade com certos canais comerciais privados de TV” (2002, p.174). Como retribuição, as empresas de comunicação recebiam isenções tributárias, extensão do prazo de pagamento dos impostos e outros benefícios. Quando essas medidas não foram suficientes, outras pressões mais agressivas foram colocadas em prática pelos governos.

Outro fator apontado como característico da trajetória da televisão na América Latina diz respeito à proximidade com os modelos de organização da radiodifusão nos Estados Unidos, mais do que com os da Europa. As televisões estatais foram privatizadas e começaram a depender fortemente da indústria americana, tanto no que diz respeito à programação como ao modelo de produção, afirma Martín-Barbero (2002, p.54).

Essa configuração do sistema de comunicação também se encontra no Brasil, onde o modelo comercial se tornou hegemônico e onde os problemas de concentração de

mídia e interferências de governos, inclusive estaduais, em algumas emissoras (estatais, sobretudo) prejudicam a efetiva democratização da comunicação. Segundo Coutinho,

Diversos autores como Mattos (2000), Ramos (2007), Brittos e Bolaño (2007), entre outros, já destacaram o caráter eminentemente privado, e a concentração da radiodifusão no Brasil. Desde a implantação da TV Tupi de São Paulo, em 1950, até a constituição da primeira rede de televisão brasileira, então com transmissão terrestre, a operação das emissoras de televisão em nosso país sempre esteve associada à exploração comercial, ainda que muitas vezes com o patrocínio do Estado, um dos principais anunciantes ao longo da história da TV brasileira. (COUTINHO, I., 2013, p.3).

Indo mais além, Aguiar questiona as concessões públicas da radiodifusão no Brasil,

Em resumo, na tradição política brasileira, a concessão de emissoras de rádio e televisão foi sempre usada como “moeda política” em troca de apoio para o grupo transitoriamente ocupante do Poder Executivo. Expressões como coronelismo eletrônico ou “cartórios eletrônicos” têm sido frequentemente utilizadas para caracterizar a tentativa de políticos de exercer, através da mídia, o controle contemporâneo sobre parte do eleitorado. (AGUIAR, 2012, p.95).

Além disso, tendo a televisão nascido comercial na América Latina e no Brasil, as audiências se formaram para este tipo de produção. Inserir o modelo público nesses países é ter o desafio de fazer com que os telespectadores reconstruam sua relação com a televisão e reaprendam a assisti-la, inserindo valores que foram historicamente pouco questionados, pelo menos pelo grande público. Assim, se configura como uma tarefa complexa a tentativa de mudar e reverter valores e métodos que já estão solidificados no mercado e no imaginário da população. Segundo Fort, “como a TV no Brasil nasceu privada, Bucci afirmou que falar de televisão no Brasil é falar de TV comercial, pois como as televisões abertas são gratuitas, toda formatação da programação televisiva é feita para servir de venda ao anunciante” (FORT, 2005, p. 88-89).

Para Rincón (2002, p.34), a proposta de uma efetiva televisão pública não foi cumprida em muitos países da América Latina, já que “na sua conceitualização e na execução da programação, diagnostica-se um flagrante desconhecimento da diversidade étnica, do

pluralismo cultural, e da multiplicidade de vozes que habitam ou fazem parte das identidades locais” (RINCÓN, 2002, p.34). Assim a televisão pública no continente seria sinônimo de programas chamados educativos ou culturais, que “mal sabem imitar as salas de aula como proposta”; além de terem os problemas já apontados como a burocracia, a ineficiência administrativa e o abuso dos governos.

Por outro lado, Rincón afirma a existência de experiências de sucesso no continente, como a televisão pública chilena e a proposta da TV Cultura no Brasil. Vale lembrar que esta afirmação foi feita no livro “Televisão pública: do consumidor ao cidadão”, publicado em 2002, quando a TV Brasil ainda não tinha sido criada.

Além disso, o autor defende a “busca de um modelo latino-americano de televisão pública” (RINCÓN, 2002, p. 35), que leve em conta as experiências bem-sucedidas de outros continentes, mas que considere as especificidades da América Latina, a fim de criar um sistema público adequado a sua realidade.

3.2 TV BRASIL

Criada a fim de preencher uma lacuna no sistema de radiodifusão brasileiro, a TV Brasil iniciou suas transmissões no dia 2 de dezembro de 2007. Respondendo a uma demanda da Constituição Nacional de 1988, cujo artigo 223 afirma que “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” (BRASIL, 1988, p.36). Desta maneira, a emissora é considerada a primeira

televisão pública nacional do país, cujo papel é apresentado em sua carta de apresentação no site oficial,

A TV Brasil veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania. (TV BRASIL).

No mesmo ano de criação da TV Brasil, foi inaugurada a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), responsável por articular a Rede Nacional de Comunicação Pública e gerir as emissoras federais, estabelecendo o Sistema Público de Comunicação. Sob sua administração, estão a TV Brasil, a TV Brasil Internacional, a Agência Brasil, a Radioagência Nacional e as oito emissoras do sistema público de rádio. A estrutura da EBC é composta por uma assembleia geral, órgãos da administração (Conselho de Administração e Diretoria Executiva) e órgãos de fiscalização (Conselho Curador, Conselho Fiscal e Auditoria Interna).

A EBC é responsável também pela produção de conteúdos da Secretaria de Comunicação do Governo Federal, como o programa “A Voz do Brasil”, além de atividades do canal NBR, que em alguns casos atua como produtor/distribuidor de imagens de eventos realizados no Palácio do Governo. Essa proximidade entre os canais públicos e estatais acaba sendo um dos alvos de críticas contra a TV Brasil e a EBC. Porém, em sua carta de apresentação, a EBC afirma que

os veículos da EBC têm autonomia para definir produção, programação e distribuição de conteúdos. Atualmente, são veiculados conteúdos jornalísticos, educativos, culturais e de entretenimento com o objetivo de levar informações de qualidade sobre os principais acontecimentos no Brasil e no mundo para o maior número de pessoas. (EBC).

A estrutura de financiamento da TV Brasil é baseada no repasse de verbas do governo federal, o que, porém, não deve subordiná-la ao poder executivo. Entretanto, esse modelo é criticado na sociedade, por ser entendido como um risco à liberdade do veículo. O ex-presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, alertou sobre isso, ao afirmar que “seja no plano político (relações com o governo e o Estado), seja no plano econômico (relações com o

mercado), a independência é indispensável para a realização de qualquer projeto de radiodifusão pública.” (BUCCI, 2010, p.6).

A EBC conta ainda com outras possibilidades de financiamento, como através de recursos obtidos com apoio cultural de entidades de direito público e direito privado, com patrocínios de programas, eventos e projetos; prestação de serviços; doações; publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, sendo proibidos anúncios de produtos e serviços; distribuição de publicidades da administração público federal; entre outras formas. (BRASIL, 2008).

Nesse contexto, ganha importância a figura do Conselho Curador, responsável por supervisionar os conteúdos e a programação da emissora pública, aprovando anualmente o plano de trabalho e a linha editorial da EBC. Sua proposta é representar a sociedade brasileira na fiscalização do cumprimento dos objetivos da empresa, tendo, inclusive, se aproximado das universidades em busca de avaliar a produção do canal. Por meio de convênios, foram realizados entre 2010 e 2011, projetos de monitoramento da programação infantil e do telejornalismo da emissora, realizados por equipes da Universidade Federal do Ceará e da Universidade Federal de Juiz de Fora, respectivamente.

O Conselho da TV Brasil é composto por 22 pessoas, sendo 15 representantes da sociedade civil – designados pela Presidente da República e tendo cada região do país pelo menos um conselheiro; quatro integrantes do Governo Federal, sendo eles os ministros da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; um da Câmara dos Deputados; um do Senado Federal, além de um representante dos funcionários da emissora. Os conselheiros têm mandatos que variam de dois a quatro anos; ainda segundo a legislação o Conselho deve fazer consultas a entidades representativas de vários setores da sociedade a fim de listar indicações (CONSELHO CURADOR EBC).

A diretoria-executiva da empresa deve acolher as observações do Conselho, o qual pode emitir voto de desconfiança à diretoria ou a um dos diretores, por meio de decisão por maioria absoluta. Caso haja uma segunda advertência, haverá afastamento do diretor ou até de toda a diretoria. O Conselho elege seu presidente e aprova seu próprio regimento.

3.2.1 Discussões sobre a independência e o papel da TV Brasil

A TV Brasil é alvo de críticas desde sua criação. Na esfera pública, especialmente através da grande mídia, um dos principais argumentos utilizados para desqualificar a emissora é sua baixa audiência, o que representaria um desperdício do dinheiro público.

A revista *Época*, por exemplo, publicou, em 21 de outubro de 2011, uma reportagem com o título “A emissora que fala sozinha” e subtítulo “Prestes a completar quatro anos e com orçamento de R\$ 450 milhões, a TV Brasil tem audiência pífia e confunde serviço público com interesses do governo” (MENDONÇA, 2011). Apenas pelo título é possível reconhecer os principais argumentos propostos pela revista contra a emissora pública.

Dando enfoque aos baixos índices de audiência, a reportagem se utiliza de um parâmetro utilizado pelas TVs comerciais para julgar a qualidade da TV pública, sem nenhuma análise do conteúdo produzido e veiculado por ela.

Outra crítica comum em relação à TV Brasil e também presente na reportagem da revista *Época*, diz respeito à lógica de financiamento e nomeações da emissora. Na matéria, critica-se o fato da autoridade estatal ser responsável por escolher o controle administrativo da emissora, sem consulta ao Senado. Sobre o financiamento vindo do Orçamento da União, a reportagem afirma que caso a linha editorial não agrade ao governo, há a possibilidade de

retaliação. Além disso, a matéria cita que “de todas as estranhezas da EBC, a maior é a mistura de atribuições pretensamente públicas às atividades do governo.” (MENDONÇA, 2011).

Por outro lado, em artigo publicado no Observatório da Imprensa, em 18 de março de 2008, Muniz Sodré defende o estabelecimento da TV Brasil e faz considerações sobre a opinião da mídia comercial em relação à criação da emissora pública:

Não é preciso uma grande pesquisa para se saber que a opinião da maioria dos dirigentes do setor privado é francamente negativa. Do ponto de vista das empresas de mídia, a visão é clara: o êxito de uma programação televisiva se mede pelo tamanho da audiência. É o ângulo mercadológico ou quantitativista que tem guiado até agora o império da teledifusão.

Ninguém contesta o acerto dessa fórmula na dita livre competição do mercado de bens culturais, mas também nenhuma consciência sincera é capaz de negar o fato de que daí não nasce um compromisso efetivo com a cidadania (motivação histórica da imprensa ocidental), nem com causas sociais. Seu real compromisso é com o balanço contábil da empresa. (SODRÉ, M., 2008)

Sodré argumenta que é desaconselhável e inviável a adoção de modelos de funcionamento idênticos àqueles que obtiveram sucesso no exterior, como é o caso da BBC, em um contexto de baixos índices de alfabetização. Apesar das críticas ao modelo de financiamento da TV Brasil, seria inviável para o país propor uma lógica como a da BBC, já que grande parte da população seria excluída do direito de ter uma televisão pública.

Em artigo também publicado no Observatório da Imprensa, no dia 01 de agosto de 2009, Marcelo Salles faz críticas a TV Brasil, mas compreende a importância de sua existência. Para ele, os erros da emissora se relacionam mais com o fato de não haver uma mudança substancial do modo de fazer jornalismo em comparação com as práticas utilizadas pelas emissoras comerciais.

Na perspectiva de diferenciação, Muniz Sodré (2008) afirma a importância da TV Brasil para se repensar “o lugar e o papel dos meios de comunicação na sociedade democrática”. Para ele, a criação da emissora pública representa a “oportunidade histórica de

uma rede televisiva que se constitua efetivamente como um canal de ressonância das vozes silenciadas pela estridência das organizações comerciais de mídia”.

3.2.2 A programação da TV Brasil

A TV Brasil tem sedes em Brasília (DF), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP) e São Luís (MA), e contato com mais 21 estados através das emissoras parceiras³ da Rede Pública de Televisão. Além de produtora de conteúdo, a emissora se destaca por exibir projetos produzidos por agências independentes. Segundo o site da EBC (EBC, 2012), mais de 20% das horas de programação da TV Brasil são voltadas para a exibição de produção independente, “sendo uma das maiores janelas de exibição do gênero no país”.

Outro aspecto destacado pela EBC é a valorização do cinema nacional pela emissora pública. De acordo com a pesquisa da Superintendência de Acompanhamento de Mercado, da Agência Nacional de Cinema (Ancine), a TV Brasil tem sido, nos últimos anos, a emissora com maior percentual de exibição de longas metragens nacionais, com 50,2%; sendo seguida pela TV Cultura, com 24,1%. Em 2012, dos 291 longas-metragens nacionais exibidos pelas televisões brasileiras, 111 foram da TV Brasil e 109 da TV Cultura, mesmo que com um alto índice de reprises. (ANCINE, 2012, p.38).

³ As emissoras parceiras se diferenciam das TVs afiliadas porque não apresentam uma lógica de associação comercial. Quanto à programação, as emissoras afiliadas entram na rede da emissora central e têm janelas na grade para a inserção de conteúdos próprios (produzidos pelas afiliadas) – há uma quantidade obrigatória de conteúdo a ser inserido na grade pelas emissoras afiliadas. Já nas parceiras, há maior flexibilidade na grade e maior possibilidade de inserção de conteúdo próprio, além de maior intercâmbio entre as próprias emissoras parceiras.

Já o jornalismo da emissora consiste em programas de debates, como o “Três a Um” e o “Sem Censura”, de reflexões sobre a mídia, como o “Observatório da Imprensa”, de reportagens aprofundadas, como o “Caminhos da Reportagem” e dos telejornais, “Repórter Brasil”, em suas duas edições. O “Caminhos da Reportagem” se destaca por ter recebido prêmios de jornalismo, como o Prêmio Vladimir Herzog de 2012, e por ter sido finalista em 2011, no Prêmio Esso de Jornalismo.

O Repórter Brasil (RB) teve sua primeira exibição no dia 3 de dezembro de 2007, indo ao ar em duas edições, às 8h e às 21h⁴. A edição diurna é transmitida de segunda a sexta-feira, com a apresentação em Brasília. Já o RB noite é exibido de segunda a sexta-feira, a partir de três praças – São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, tendo cada uma, um apresentador; e aos sábados com apenas uma âncora no Rio de Janeiro.

Com duração de uma hora, o telejornal noturno, objeto de análise desta pesquisa, tem dois quadros especiais que se destacam pela tentativa de diálogo com o público. Um deles, “O Outro Olhar”, é um espaço no qual são exibidas matérias de até dois minutos, produzidas pelo público. Sem uma periodicidade pré-estabelecida, os temas das matérias, geralmente, se relacionam com notícias do dia. O quadro contribui na busca pelo cumprimento de um dos compromissos do telejornalismo público, que é a inclusão dos cidadãos também como agentes e produtores de conteúdos.

Já o segundo quadro se refere a um povo fala⁵, presente ao final de cada bloco do noticiário. Nele, perguntas sobre temas do dia são feitas a pessoas em diferentes cidades, sendo as mais comuns, as capitais, Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.

⁴ Em junho de 2013, foram realizadas várias mudanças no Repórter Brasil, inclusive no horário de exibição da primeira edição, que passou para o meio-dia. Porém, as modificações não estão inclusas neste trabalho, já que a análise refere-se a um período anterior a elas.

⁵ “Chamamos de ‘povo fala’ as enquetes realizadas em matérias de TV para repercutir algum assunto, dar credibilidade a uma matéria ou até salvar um telejornal em dia fraco de pautas. (...). O “povo fala” como o próprio nome diz tem o objetivo de ouvir a “voz rouca das ruas”.” (COUTINHO, I., 2004, p.8).

3.3 TV CULTURA

A TV Cultura foi inaugurada no dia 15 de junho de 1969, iniciando suas transmissões no dia seguinte, no estado de São Paulo. Dois anos antes, fora criada a Fundação Padre Anchieta (FPA) – Centro Paulista de Rádio e TV Educativas, gestora do canal. Segundo o site comemorativo dos 40 anos da emissora, no contexto, havia “a ideia de que a televisão seria uma forma de impulsionar a educação e a cultura, levando conteúdo de qualidade mais rápido e mais longe do que os métodos tradicionais” (TV CULTURA: 40 ANOS).

Na inauguração da emissora, o primeiro presidente da FPA, José Bonifácio Coutinho Nogueira, defendeu, em discurso, a democratização do ensino e da cultura, e afirmou que “a Fundação não teria nenhuma outra posição política que não fosse a de divulgadora dos postulados da democracia.” (LEAL FILHO, 1988 apud JESUS e BARA, 2002, p. 4). Para Laurindo Leal Filho, porém, “o liberalismo retórico” dizia respeito à esfera econômica e não política, já que nesse campo, a postura era conservadora (LEAL FILHO, 1988 apud JESUS e BARA, 2002, p.4).

Apesar dos questionamentos acerca da independência da TV Cultura, tanto no período da ditadura militar, em que foi criada, quanto posteriormente, a FPA, pelo menos em tese, possui autonomia jurídica, administrativa e financeira, e é considerada uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos (ESTATUTO FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA, 2009, p.1). Além da TV Cultura, a empresa gere uma emissora de TV a cabo por assinatura, a TV Rá-Tim-Bum; e duas emissoras de rádio, a Cultura AM e a Cultura FM.

Em sua carta de apresentação, a Fundação afirma que

A programação de suas mídias será eminentemente cultural, educativa, informativa, artística e inovadora. Não será comercial, nem terá fins lucrativos; enfatizará o

compromisso com a sociedade e não com o mercado. Não será utilizada para promoção pessoal, de causas religiosas, comerciais ou partidárias; dará visibilidade e voz às minorias, buscando apoiar processos de inclusão social. Estará sempre comprometida com a veracidade, trabalhando no sentido de universalizar o direito à informação e à comunicação. Educação, cidadania e serviços, dramaturgia, cultura e arte, música, meio ambiente, juventude e infância e jornalismo são nossas prioridades. A Fundação vai abrir espaço para a experimentação, buscando novas linguagens e formatos, em favor da solidariedade, da democracia e da paz, para assim expressar a diversidade brasileira, socializando a produção do conhecimento e fortalecendo a causa da televisão pública. (FPA).

O financiamento da FPA é feito a partir de verbas orçamentárias do Estado de São Paulo e recursos obtidos com a iniciativa privada. Segundo o estatuto da Fundação as emissoras da Fundação não podem veicular publicidades comerciais, com ressalva para “publicidade institucional de entidades de direito público e privado, a título de apoio cultural, quando do patrocínio de programas, eventos e projetos” (ESTATUTO FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA, 2009, p.2).

Ao apresentar suas fontes de receita em seu site, a Fundação afirma ser necessária uma complementação entre os recursos públicos advindos do Estado e as verbas resultantes de patrocínios e parcerias. Os primeiros se justificam para garantir a independência em relação ao mercado, enquanto a receita proveniente da iniciativa privada possibilita a efetivação de novos projetos. Além disso, a FPA afirma que

Independência do mercado não significa, contudo, manter-se alheio a ele, não somente as emissoras públicas, mas toda e qualquer emissora de radiodifusão deve manter-se atenta às significativas mudanças advindas do mercado, na razão em que são também indicativos das preferências de público que, sempre devem ser contempladas no sentido de oferecer alternativas de qualidade. Mas isso não basta. Para crescer e cumprir sua vocação educativa e cultural, especialmente num universo que se torna cada dia mais e mais competitivo, as emissoras da Fundação também precisam ter receitas próprias originadas a partir de contatos com diferentes setores da sociedade, tanto no âmbito público como privado. (FPA).

Com o intuito de ampliar suas receitas, em 2004, a FPA se inseriu mais fortemente no mercado, com a venda de produtos criados a partir da programação, venda de

patrocínios e apoios culturais, além de licenciamento e prestação de serviços, como a produção de vídeos institucionais.

Para Otondo (2012, p.240), que trabalhou como jornalista na TV Cultura, o modo de financiamento é, justamente, uma das brechas no modelo da emissora, já que a quantia da verba a ser repassada pelo governo à emissora é indefinida.

Ou seja, não há parâmetros ou referências que estabeleçam limites (para cima ou para baixo) e a dotação fica, eventualmente, ao bel prazer do governante. Se, por lei, o Poder Público não pode interferir nas atividades e condução dos assuntos da Fundação, a negociação do orçamento, ano a ano, no fim das contas, acaba sendo política. (OTONDO, 2012, p.240).

Quanto à gestão da FPA, ela é feita pelo Conselho Curador e pela Diretoria Executiva, sendo que os administradores da instituição precisam de autorização do Ministério das Comunicações para ocupar os cargos. O Conselho é composto por 47 integrantes, que se distribuem entre três vitalícios, 20 natos⁶, 23 eletivos e um representante dos funcionários da FPA. Os membros eleitos possuem mandatos de três anos e só podem concorrer à eleição por indicação de no mínimo oito conselheiros já eleitos ou pelos vitalícios.

Entre as funções do Conselho Curador estão: eleger o Diretor Presidente da Diretoria Executiva; estabelecer diretrizes para a programação das emissoras, assim como fiscalizar o cumprimento delas; aprovar o orçamento e fiscalizar a sua execução; além de outras atividades. Assim, o Conselho se configura como uma das barreiras ao controle da emissora pelo Estado, apesar de serem consideradas diversas limitações em sua estrutura.

⁶ Os representantes natos são: o Presidente da Comissão de Educação da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo; o Presidente da Comissão de Cultura da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo; o Secretário de Estado da Cultura; o Secretário de Estado da Educação; o Secretário de Estado dos Negócios da Fazenda; o Secretário da Educação do Município de São Paulo; o Secretário da Cultura do Município de São Paulo; o Reitor da Universidade de São Paulo; o Reitor da Universidade Estadual de Campinas; o Reitor da Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho"; o Reitor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; o Reitor da Universidade Mackenzie; o Presidente do Conselho Estadual de Educação; o Presidente do Conselho Estadual de Cultura; o Presidente da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo; o Presidente da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência; o Presidente da União Brasileira de Escritores; o Presidente da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior ou representante especialmente credenciado; o Presidente da União Estadual dos Estudantes; o Coordenador Geral do Pensamento Nacional das Bases Empresariais ou representante especialmente credenciado.

Entre elas estão a existência de cadeiras vitalícias e a presença excessiva de representantes de órgãos estaduais. (LEAL FILHO, 2000, p.159-160). Segundo Otondo (2012), ainda que os representantes do governo não sejam majoritários, sendo 20 em 47, a influência deles sobre o destino da Fundação é maior do que dos membros eleitos.

3.3.1 Discussões sobre a independência e o papel da TV Cultura

Criada em um contexto de ditadura militar, a TV Cultura “foi palco de disputas da ordem econômica, intelectual e, sobretudo, política” (ROCHA, 2010, p.19), com intervenções desde as mais brandas até o assassinato do jornalista Vladimir Herzog. Atuando como diretor de jornalismo na época, Herzog foi intimado pelo DOI-CODI (Destacamento de Operações de Informações – Centro de Operações de Defesa Interna) a depor sobre suas ações políticas, sendo encontrado morto posteriormente.

Com o caso Herzog, o Departamento de Telejornalismo entrou em regime de medo. Alguns dos principais editores foram presos e posteriormente afastados. (Fernando) Faro pediu demissão que depois transformou-se em pedido de férias. (José) Mindlin foi demitido. Só restou o medo, a censura da Polícia Federal, do Palácio do governo, da prefeitura. E muito trabalho debaixo da tensão, para tentar manter a programação no ar (COUTINHO, J., apud ROCHA, 2010, p.7)

Além disso, a TV Cultura sofreu em muitos momentos problemas orçamentários que levaram, inclusive, a um pedido de CPI na Assembleia Legislativa e a intervenção de uma auditoria. Segundo Rocha, “a emissora, ao longo de sua história, flertou com o modelo estatal e, nos últimos anos, se aproximou do modelo comercial em virtude da crise financeira e do corte de verbas.” (ROCHA, 2012, p.19).

Em março de 2012, a TV Cultura passou a veicular aos domingos o programa TV Folha, do jornal Folha de S. Paulo. O fato foi alvo de críticas pela possibilidade de prejudicar o caráter público da emissora. Segundo Alberto Dines, a parceria

Transforma uma emissora pública em um prolongamento da mídia privada, e macula afetivamente a sua independência, poda o seu DNA alternativo, contestador e cidadão. Simultaneamente, elimina da pauta de um jornal intransigente como a *Folha de S. Paulo* apreciável coleção de palpitantes assuntos na esfera cultural e política. (DINES, 2012).

Além disso, Dines destaca o fato de que o programa Folha conta com financiamento da montadora Renault, o que faz com que os comerciais exibidos não sejam institucionais como prevê o estatuto da rede pública. Outro fator ponderado pelo jornalista é a possibilidade de divisão do faturamento entre a Folha e a TV Cultura, o que significa uma transferência da TV Cultura para o campo comercial. “É uma péssima notícia para todas as partes. Inclusive para as emissoras comerciais, que passam a contar com concorrentes inesperados”, avaliou Dines (2012).

A mesma crítica que atinge a TV Brasil, também chega à TV Cultura – a de subserviência em relação ao governo financiador do canal, sendo eles o federal e o estadual de São Paulo, respectivamente. Na Carta Capital, em março de 2012, Mino Carta publicou um artigo intitulado “A TV Cultura não é pública. Ela é Tucana”, no qual faz uma crítica a relação da emissora com o governo do PSDB. Nele, Carta afirma que “A Cultura de São Paulo já cumpriu honrosamente a tarefa. Nas atuais mãos tucanas descumpra-a com rara desfaçatez” (CARTA, 2002)

Por outro lado, veículos de comunicação que já criticaram a TV Brasil, não o fazem no caso da TV Cultura, mesmo as emissoras tendo estruturas semelhantes de funcionamento. Exemplo disso é o próprio jornal ‘Folha de S. Paulo’, que atualmente possui parceria com a TV Cultura. No dia 31 de julho de 2009, o diário publicou um editorial pedindo o fim da TV Brasil. Com o título “TV que não pega”, o texto criticava a emissora e

terminava com a frase “Os vícios de origem e o retumbante fracasso de audiência recomendam que a TV seja fechada – antes que se desperdice mais dinheiro do contribuinte” (SALLES, 2009). Mesmo tendo sido criada em um período de ditadura militar e por ter passado por diversas crises, críticas como essa não foram feitas à TV Cultura. Nesse caso trata-se de uma emissora cujas receitas provêm de repasse do estado de São Paulo, conforme explicitado anteriormente.

3.3.2 A programação da TV Cultura

Segundo o site institucional da FPA, a TV Cultura já recebeu mais de 200 prêmios, entre eles, o *Prix Télévision Jeunesse* de 1998, pela melhor programação de TV Pública do Mundo (FPA). A programação infantil da emissora se destacou ao longo do tempo, tendo recebido por três anos consecutivos (1997, 1998 e 1999), o prêmio *International Emmy Awards* – Unicef, pela melhor programação no dia internacional da criança da TV.

Entre os destaques infantis estão o programa “Vila Sésamo”, criado em 1972 com parceria da Rede Globo e o “Rá Tim Bum”, lançado em 1990, com direção de Fernando Meirelles. Este último ganhou vários prêmios no Brasil e a medalha de ouro no Festival de Cinema e TV de Nova York, em 1990. Além disso, o programa inspirou a criação, em 1994, do “Castelo Rá-Tim-Bum”, que ganhou a medalha de prata do Festival de Nova York em 1995. (TV CULTURA: 40 ANOS).

Já o jornalismo da TV Cultura se propõe tradicionalmente “explicativo e com opinião” (TV CULTURA), diferenciando-se da proposta de imparcialidade das outras

emissoras, inclusive da TV Brasil. Entre os programas estão o “Matéria de Capa”, “Repórter Eco”, “Roda Viva” e o telejornal “Jornal da Cultura”.

O principal noticiário da TV Cultura, o Jornal da Cultura (JC), foi criado em 1986. Exibido em apenas uma edição, ele vai ao ar de segunda a sábado, às 21h10, sendo apresentado atualmente pela jornalista, Maria Cristina Poli.

Segundo a âncora Maria Cristina, o telejornal é de análise, traduzindo os fatos para o telespectador (TV CULTURA). Contribui para esse viés analítico a presença de especialistas no telejornal. A cada dia, dois *experts* que fazem parte do time do programa, dividem com a apresentadora a bancada do noticiário, comentando e debatendo as matérias do dia.

Essa proposta de ser um telejornal mais analítico acompanha o histórico do Jornal da Cultura. No livro “Dramaturgia do Telejornalismo”, Iluska Coutinho (2012) apresenta as visões do então diretor de jornalismo da TV Cultura, Marco Antônio Coelho Filho, e do antigo apresentador-comentarista, Heródoto Barbeiro. Ambos defendem que o telejornal é mais lento, mas que busca a reflexão do telespectador, diferente dos noticiários baseados em *hard news*.

Em 2013, foi adotada pelo telejornal a ferramenta de interatividade chamada “Segunda Tela”, presente na Internet. Nela, o público tem acesso a informações complementares sobre os assuntos tratados no programa que está no ar. Durante o Jornal da Cultura, a âncora direciona, em muitos momentos, o telespectador para a “Segunda Tela”, a fim de que ele participe e tenha mais informações sobre determinado tema.

4 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE NO TELERJORNALISMO PÚBLICO

No Brasil, a televisão comercial, ainda hegemônica, acaba configurando o modelo de telejornalismo. Mais do que isso, o “padrão de qualidade” da TV Globo, muitas vezes, é o parâmetro de avaliação do jornalismo produzido pelas televisões brasileiras e essa ideia perpassa historicamente o imaginário social no país – ainda que, atualmente, este jornalismo esteja enfrentando críticas pelas manifestações que eclodiram no Brasil.

Porém, não se pode avaliar as televisões públicas sob o mesmo ponto de vista com o qual se julga as emissoras comerciais, já que as primeiras possuem compromissos que vão além dos índices de audiência privilegiados pelos canais privados. Além disso, o conceito de “qualidade” do telejornalismo tem limitações intrínsecas a ele, já que envolve subjetividades e se modifica conforme o contexto.

Assim, para a análise dos telejornais, *Jornal da Cultura* e *Repórter Brasil*, utilizaremos como uma das bases as propostas apresentadas pelos próprios programas (descritas no capítulo anterior). Além disso, levaremos em conta os princípios caros ao jornalismo em geral, como a pluralidade e a independência.

Sobre a pluralidade, Coutinho (2013) defende que

Nesse sentido, a TV Brasil, como emissora de televisão pública deveria possibilitar a difusão de diferentes vozes, imagens e sons, produzidos segundo uma diversidade de princípios editoriais de tal modo que a pluralidade de opiniões e perspectivas fosse construída a partir da experimentação do direito de comunicar, em um canal público. (COUTINHO, I., 2013, p. 8)

Assim, analisamos quantitativamente a diversidade de temas, formatos, fontes e lugares de produção ou foco das matérias dos dois telejornais. Além disso, observamos a presença dos governos federais e estaduais, e dos partidos políticos, a fim de refletir sobre a independência dos noticiários. Por meio de análises mais detalhadas de algumas matérias,

buscamos refletir sobre o tratamento dado a determinados assuntos, como a economia e os movimentos sociais.

As análises quantitativas foram feitas a partir de uma semana composta dos telejornais, com cinco dias de observação para cada um. Os dias de análise foram: segunda-feira, 08 de abril de 2013; terça-feira, 16 de abril de 2013; quarta-feira, 03 de abril de 2013; quinta-feira, 28 de março de 2013; e sexta-feira, 26 de abril de 2013.

Assim, foram assistidas 120 matérias do Repórter Brasil, o que resulta em uma média de 24 produções jornalísticas audiovisuais por dia e um total de 208 minutos e 30 segundos de telejornal. Em média, cada notícia do RB teve um minuto e 45 segundos. Já no Jornal da Cultura, foram 68 matérias analisadas, com média de 13,6 por dia (o volume menor de notícias em relação ao RB pode ser explicado pelo fato de que grande parte do telejornal é ocupada pelo debate e pelos comentários dos especialistas da bancada, que foram contabilizados como parte das matérias que os precediam). Com um total de 249 minutos e 43 segundos de matérias, cada notícia foi apresentada em média em três minutos e 40 segundos.

4.1 DIVERSIDADE DE TEMAS E FORMATOS

No relatório de avaliação do telejornalismo da TV Brasil apresentado ao Conselho Curador da EBC em 2011 e elaborado no âmbito do grupo de pesquisa “Jornalismo, Imagem e Representação” com coordenação da professora Iluska Coutinho, propõe-se a necessidade de radicalização:

Em síntese, para que os programas da TV Brasil possam constituir-se em referência de qualidade na prática do Telejornalismo Público é preciso radicalizar o compromisso de seus profissionais com a oferta de informação televisiva com formato e profundidade diferenciados. Mais que isso é necessário investir no estabelecimento de novas estruturas e formas de abordagem da notícia que, por meio

da articulação de formatos e diferentes fontes, destaquem as relações entre aspectos locais, nacionais e globais, tendo como principal diretriz a defesa e promoção da cidadania. (COUTINHO, I., 2011, p. 65).

Partindo destes parâmetros, estabelecidos como diretrizes para a qualidade no telejornalismo público, buscaremos neste tópico analisar a diversidade de temas e formatos encontrados no RB e no JC.

4.1.1 Formatos

Os formatos utilizados para apresentar as notícias variaram entre VTs, notas cobertas, notas ao vivo, stand ups, comentários e entrevistas. Os VTs referem-se às matérias mais completas, estruturadas a partir de sonoras⁷, offs⁸ e, em alguns casos, passagens⁹. As notas cobertas são compostas de um off – muitas vezes, lido pelo âncora – e imagens que se relacionam com o texto. As notas ao vivo são as notícias lidas no estúdio pelos apresentadores sem a cobertura de imagens. O stand up ocorre quando o repórter aparece em primeiro plano tendo como fundo uma imagem significativa para a notícia – em geral, ele não tem edição e é feito ao vivo. Quando os especialistas ou jornalistas discorrem sobre um assunto é considerado um comentário; já quando há um esquema de perguntas e respostas entre o âncora e um convidado no estúdio, caracteriza-se como entrevista.

A partir disso, observou-se que o formato mais frequente no RB, foi o VT, com uma porcentagem de 45,8%. Em seguida, estão as notas cobertas, com 28,3%, e as notas ao vivo, com 20,8%. As entrevistas ocuparam apenas 4,1% do noticiário, enquanto os

⁷ As sonoras são as falas dos entrevistados que acompanham o texto do repórter.

⁸ Os offs são as narrações do repórter, gravadas em estúdio, acompanhadas de imagens relacionadas ao conteúdo. O repórter não aparece.

⁹ As passagens são quando os repórteres aparecem para dar alguma informação. Geralmente, elas têm a função de transição ou de dar alguma informação que não tenha imagens para cobrir.

comentários tiveram uma participação de 0,83%. Não houve nenhum stand up na semana de análise do RB. Essa distribuição dos formatos se assemelha a que foi verificada nas análises realizadas, de julho de 2010 a março de 2011 no projeto de pesquisa sobre o telejornalismo da TV Brasil.

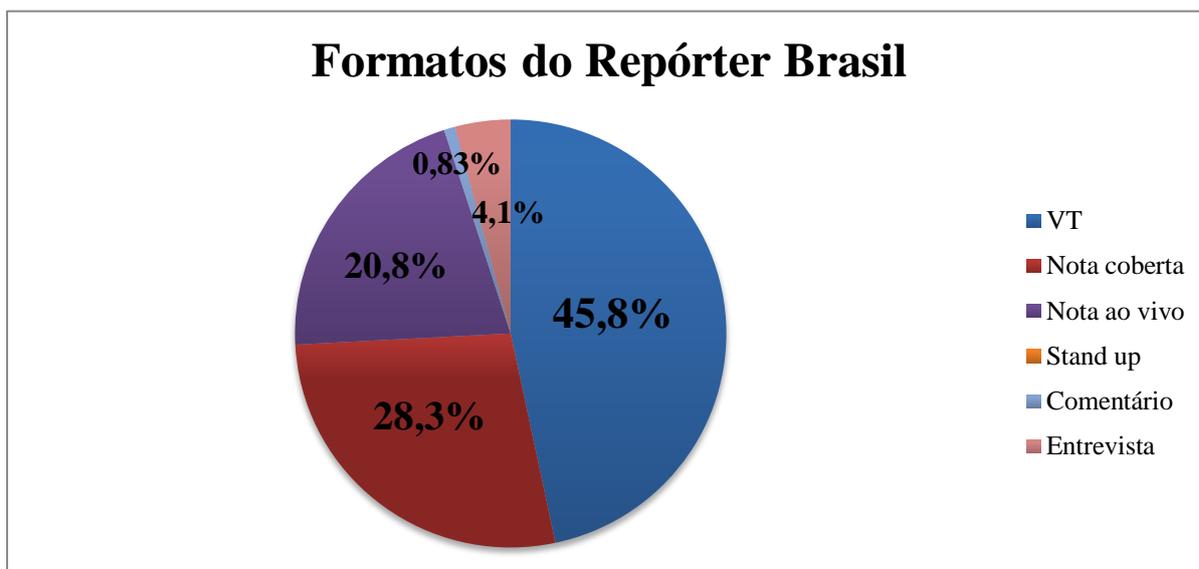


Gráfico 1: Formatos do Repórter Brasil

Já o JC teve os comentários como o formato mais frequente, tendo percentual de 38,1%. As notas cobertas ocuparam 33,8% do telejornal, enquanto os VTs apareceram em apenas 16,1% das situações. As notas ao vivo tiveram uma porcentagem de 5%, stand ups de 4,2% e as entrevistas apenas 2,5%.

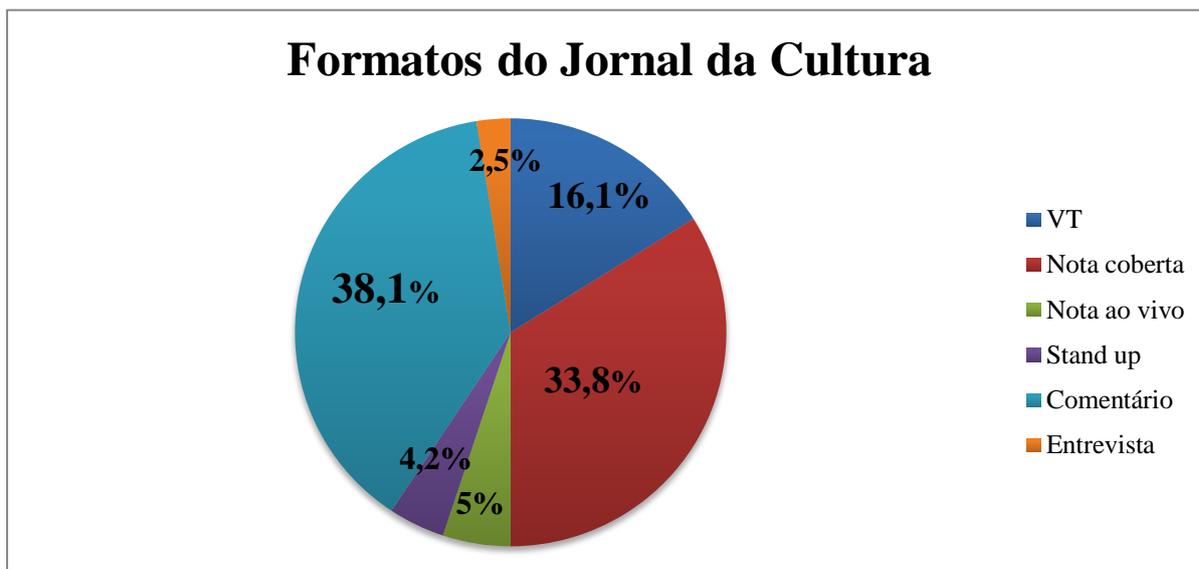


Gráfico 2: Formatos do Jornal da Cultura

Enquanto o JC investiu em mais discussão por meio dos comentários e debates entre os especialistas da bancada, que acompanham praticamente cada uma das matérias do telejornal, o RB privilegiou a produção de conteúdo próprio por meio de reportagens apresentadas em VTs. As notas cobertas foram frequentes nos dois telejornais, resultantes, principalmente, de matérias internacionais ou vindas de outras partes do Brasil que não as cidades-sede das emissoras.

Por outro lado, as notas ao vivo são mais frequentes no RB do que no JC, enquanto os stand ups nem apareceram no telejornal da TV Brasil¹⁰. As entrevistas, nos dois casos, são raras. No JC, isso pode ser explicado pela predominância de comentários, o que tornaria a entrevista, de certa forma, desnecessária.

Há, no RB, uma falta de formatos que invistam no debate, enquanto no JC há pouca produção de matérias próprias. Os telejornais poderiam investir em maior diversificação dos formatos, permitindo experimentações e um equilíbrio maior do noticiário.

¹⁰ Por outro lado, nas análises de julho de 2010 a março de 2011, a edição diurna do RB apresentou uma grande quantidade de stand ups ao vivo, sendo eles o segundo formato mais frequente.

4.1.2 Editorias

A classificação das editorias foi feita a partir dos seguintes temas: política, economia, justiça, segurança pública, saúde, educação e pesquisa, sociedade, cotidiano, internacional, esporte, cultura, serviço e meio ambiente. Foram consideradas matérias de política aquelas que tinham como foco debates, discussões e atos políticos, questões relacionadas aos governos, políticos e outras instâncias de poder. É importante destacar que os assuntos relacionados à saúde, cultura, educação e pesquisa, sociedade, esporte, entre outros, mas que tinham como foco principal projetos ou ações políticas foram classificados como sendo de política.

A editoria de economia incluiu índices macroeconômicos, temas de negócios, finanças, agricultura e pecuária, indústria, comércio, emprego e infraestrutura. As matérias focadas em julgamentos, investigações, decisões judiciais e denúncias foram consideradas de justiça; enquanto aquelas sobre acidentes, criminalidade e violência foram contabilizadas como sendo de segurança pública. Cotidiano incluiu questões da cidade, como trânsito, infraestrutura local e temas do dia-a-dia. A editoria de internacional, como o próprio nome diz, foram aquelas que abordaram assuntos e fatos internacionais.

Foram categorizadas como sendo de saúde as notícias focadas no tratamento, pesquisa e explicações sobre doenças e curas. Já as de educação e pesquisa abordaram questões do ensino, formação intelectual e desenvolvimento de pesquisas. Reportagens que focassem nos problemas e soluções sociais foram classificadas como sendo da editoria de sociedade. As notícias de esporte abarcaram resultados, ações de incentivo ao esporte e a história de atletas. Já as de cultura, tiveram como foco agendas, assim como discussões sobre incentivos e práticas culturais. As matérias de serviço possuíam um viés didático, buscando

explicar os direitos do cidadão e do consumidor. Por fim, o tema meio ambiente apareceu com assuntos relacionados à poluição, exploração e preservação do ambiente.

No RB, a maior parte das matérias foi de política, tendo um percentual de 23,2%. A editoria de internacional foi a segunda mais frequente, com 20,8%. As notícias de saúde ocuparam 8,8%, economia 8%, esporte 7,2%, justiça e cultura 6,4%. Já sociedade teve um percentual de 5,6%, enquanto segurança pública e educação e pesquisa tiveram 4%. Apenas 2,4% das notícias foram de serviço e meio ambiente. Por fim, somente 0,8% das matérias se enquadraram na editoria de cotidiano.

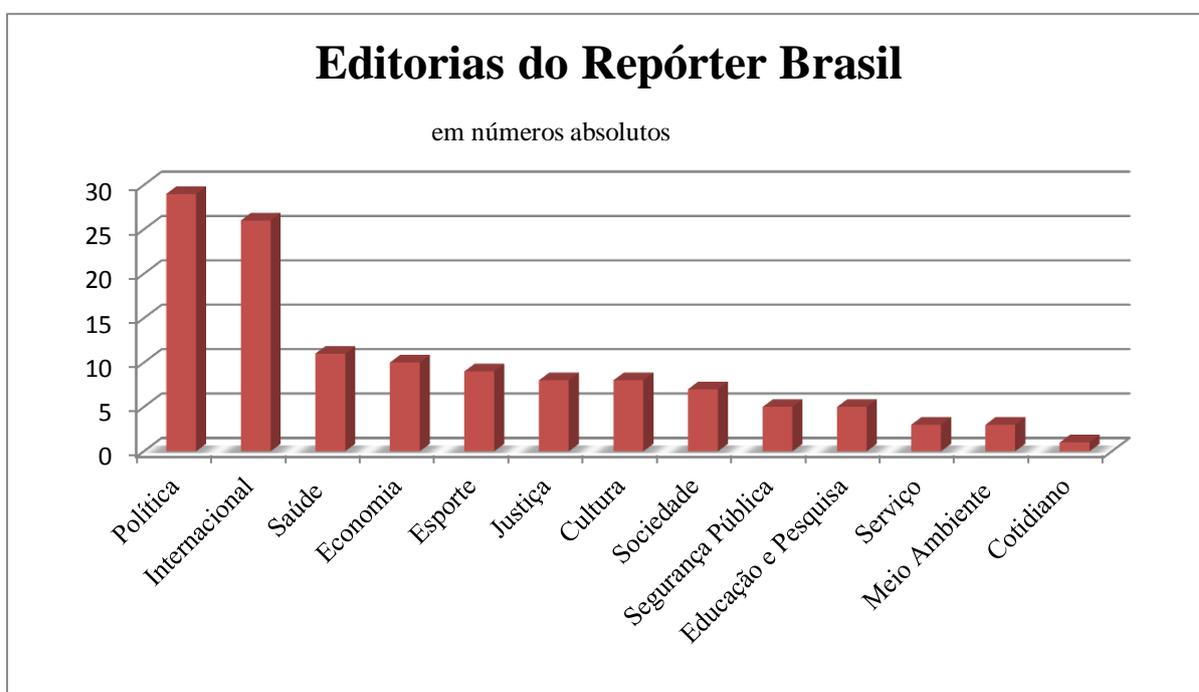


Gráfico 3: Editorias do Repórter Brasil

Já no JC, a maior parte do conteúdo foi internacional, com 25%. As matérias de política ocuparam 17,1% do telejornal. Economia teve 11,8% de espaço, enquanto justiça e segurança pública apresentaram percentual de 9,2%. As notícias de cotidiano representaram 6,5% do noticiário, cultura e sociedade 5,2%, esporte e educação e pesquisa 2,6%. Por fim, as editorias de saúde, serviço e meio ambiente tiveram 1,3% das presenças.

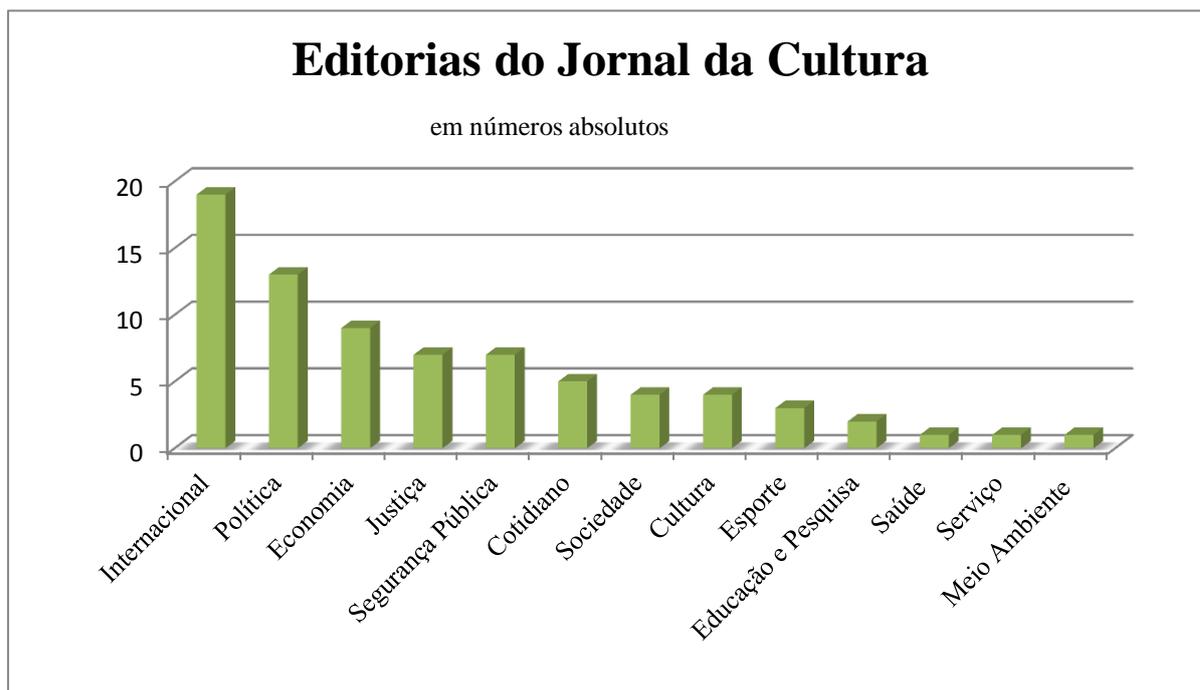


Gráfico 4: Editorias do Jornal da Cultura

De maneira geral, os dois telejornais públicos apresentaram uma diversidade temática na semana composta analisada, tendo, porém, relativa predominância das matérias de política e internacional. Assim como, a economia teve um espaço representativo nos dois noticiários. Por outro lado, as editorias de serviço e meio ambiente tiveram pouco espaço tanto no RB quanto no JC. Interessante notar que os assuntos relacionados à educação e a pesquisa não foram privilegiados em nenhum dos telejornais.

O tema saúde teve espaço representativo no RB, ocupando o terceiro lugar como o assunto mais tratado, enquanto no JC, ele foi o terceiro menos abordado. As notícias de justiça e segurança pública tiveram, relativamente, maior espaço no JC do que no RB. Cultura, esporte e sociedade tiveram participação mediana em ambos os noticiários. Já as matérias de cotidiano foram as menos frequentes no RB, tendo uma presença mediana no JC. Considerando que a editoria de cotidiano concentra matérias mais factuais, seu baixo percentual poderia, em certa medida, identificar que os telejornais públicos são mais frios, demonstrando uma diferenciação em relação às emissoras comerciais. Outra hipótese é a de

que haveria um investimento para além do factual mesmo nas chamadas "matérias quentes", o que justificaria seu enquadramento em outra editoria (Economia, Saúde, por exemplo). A resposta a essa questão, contudo, não foi foco do presente trabalho.

4.2 ABRANGÊNCIA E REPRESENTAÇÃO

A abrangência, um dos critérios de noticiabilidade estabelecido por Galtung e Ruge (1965), foi observada a partir da diversidade de lugares que são representados nos telejornais. Sendo origem de produção ou foco das notícias, são contabilizados os estados e as cidades brasileiras presentes nos noticiários. Em um país de dimensões continentais como o Brasil, representar todas as regiões, como se propõe o Repórter Brasil, se configura como um grande desafio. Ir além do centro político-econômico, das regiões Sudeste e Sul do país, é algo pouco visto no jornalismo brasileiro, a não ser quando fatos de grande impacto chamam a atenção da imprensa. Essas regiões aparecem ainda como se estivessem sendo descobertas em matérias que focam suas excentricidades e cujo público parece ser aquele situado no sudeste – o qual está curioso por saber o que ocorre naquelas partes do país. Enquanto isso, as regiões Norte e Nordeste ficam excluídas de representação pelo telejornalismo nacional. Assim, busca-se analisar nesse tópico em que medida as emissoras públicas se diferenciam das comerciais.

Para além da cobertura nacional, amplia-se a discussão para a produção de notícias sobre outros países e continentes. Em um sistema de comunicação global, com a forte presença de agências de notícias, o foco maior do jornalismo acaba sendo os países mais

desenvolvidos ou aqueles que estão em conflito, repetindo, muitas vezes, determinados estereótipos.

Quanto à representação, busca-se contabilizar as fontes que foram ouvidas pelos telejornais a fim de investigar a pluralidade de vozes e a busca por fontes diferentes daquelas privilegiadas nos noticiários comerciais. Em se tratando de emissoras públicas, a diversidade se torna ainda mais necessária, mas mais do que isso o diálogo com o cidadão, o espaço aos representantes sociais e o equilíbrio no tratamento dos políticos devem ser observados.

4.2.1 Locais de produção

Para a análise dos telejornais públicos com relação à sua abrangência, foi considerada a dimensão das matérias entre regional, nacional e internacional. Nos dois programas, as notícias nacionais foram maioria, com percentual de 58,3% no RB e 53% no JC. As internacionais ocuparam o segundo lugar nos dois noticiários, com 24,1% no RB e 30,3% no JC. E, por fim, as matérias regionais tiveram 17,5% de presença no RB e 16,6% no JC. Como os telejornais se pretendem nacionais, uma predominância das matérias com dimensão nacional já era esperada.

Em relação ao local de produção ou de foco das notícias, a classificação foi feita sob quatro pontos de vista: nas nacionais, observou-se as cidades e os estados; nas internacionais, os países e continentes. Algumas notas não foram contabilizadas em nenhum estado ou cidade, porque não eram específicas de um local.

- Matérias Nacionais

No RB, 27% das matérias foram produzidas ou tinham como foco a cidade do Rio de Janeiro. Enquanto, as capitais São Paulo e Brasília tiveram um percentual de 21,6%. Já Belo Horizonte foi foco em apenas 2,7% das matérias. As demais cidades brasileiras também somaram 27%.

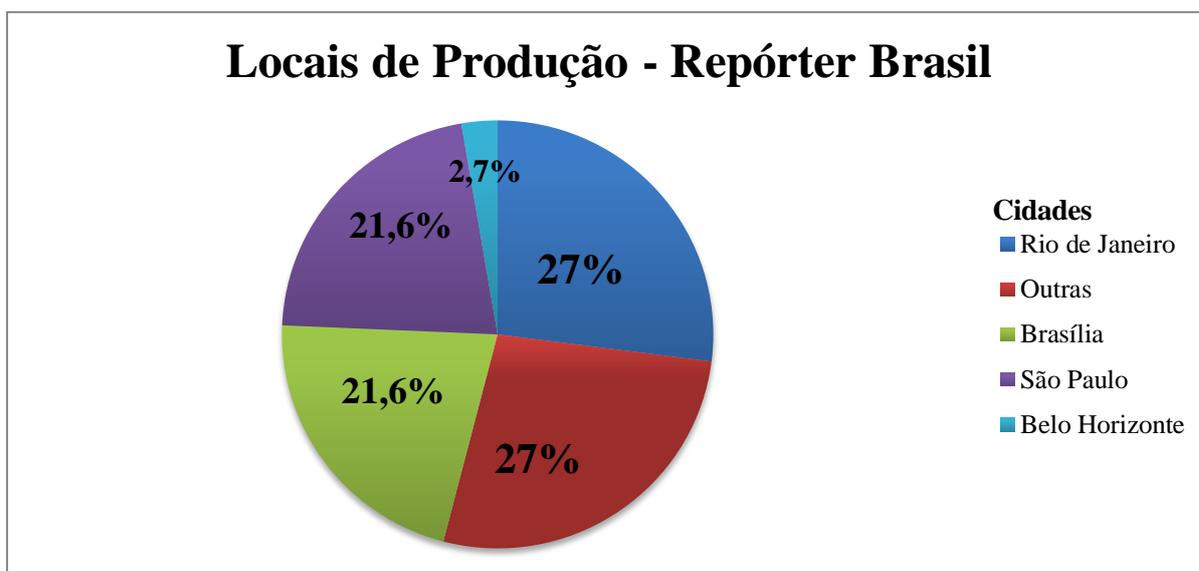


Gráfico 5: Locais de Produção – Repórter Brasil

Levando-se em conta o estado, o Rio de Janeiro também ficou em primeiro lugar, com os mesmos 27%. São Paulo ocupou o segundo lugar, com 25,6%, e Goiás o terceiro, com 24,3%. O Pará teve 5,4% de participação, e Minas Gerais e Rio Grande do Sul 4% cada. Já Espírito Santo, Amazonas, Tocantins, Sergipe, Mato Grosso do Sul, Ceará e Roraima foram foco em apenas uma ocasião, tendo um percentual de 1,3%.

Já no JC, 75% das matérias tinham como foco ou foram produzidas em São Paulo. O Rio de Janeiro teve uma porcentagem de 8,3%; e Brasília foi citada apenas uma vez, ou seja, 2,7%. Outras cidades foram foco em 13,8% das matérias.

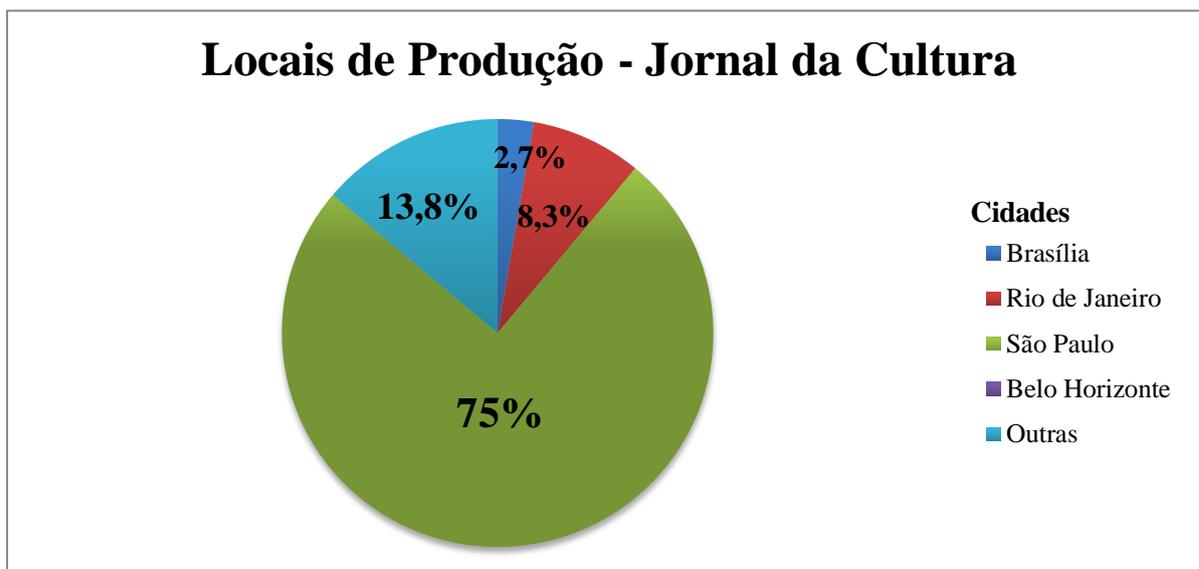


Gráfico 6: Locais de Produção – Jornal da Cultura

O estado de São Paulo também esteve na frente, com grande parte da produção, 77,7%. O Rio de Janeiro teve percentual de 8,3%, enquanto Goiás, Pará, Rio Grande do Sul, Amapá e Mato Grosso apareceram apenas uma vez, com porcentagem de 2,7% cada.

Em síntese, percebemos uma predominância da região sudeste nos noticiários. No caso da TV Brasil, a cidade e estado mais frequente foi o Rio de Janeiro, seguido de São Paulo e Brasília. No Jornal da Cultura, São Paulo recebe o maior foco do telejornal, que pode ser explicado claramente pela origem e vinculação da emissora ao estado respectivo. Apesar de haver uma distribuição maior no caso do noticiário da TV Brasil, ainda assim, há uma concentração das notícias no centro-sul do país, que pode ser explicada pela localização da emissora e por serem essas cidades os centros econômicos e políticos do Brasil.

Apesar da proposta de representar os vários Brasis e de possíveis tentativas, os números mostram que o RB ainda não atingiu esse objetivo, já que as regiões são representadas de forma desigual no telejornal. A situação é mais evidente no JC, no qual há uma concentração elevada de matérias de São Paulo. Apesar das localizações explicarem o fato, elas não justificam, já que os noticiários são nacionais e têm o compromisso público.

- Matérias Internacionais

Em relação às matérias internacionais, no RB, a Europa foi o continente com a maior presença, 42,1%. A Ásia foi foco em 18,4% das ocasiões. Já América Latina e América do Norte apareceram 15,7% do telejornal. A África teve porcentagem de 5,2% e a Oceania apenas 2,6%. Já no JC, o continente mais frequente no noticiário foi a Ásia, ocupando 38% do espaço. América Latina teve um percentual de 28,5%. Já a América do Norte foi foco em 14,2% das vezes, a Europa em 19%, enquanto África e Oceania não foram citadas em nenhum momento.

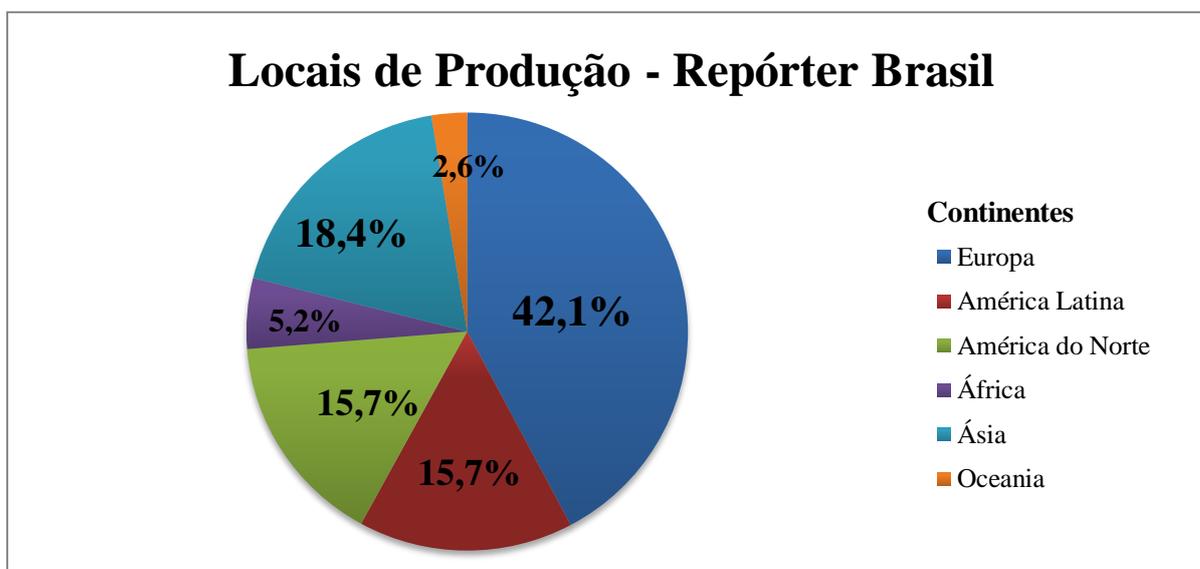


Gráfico 7: Locais de Produção – Repórter Brasil - Internacional

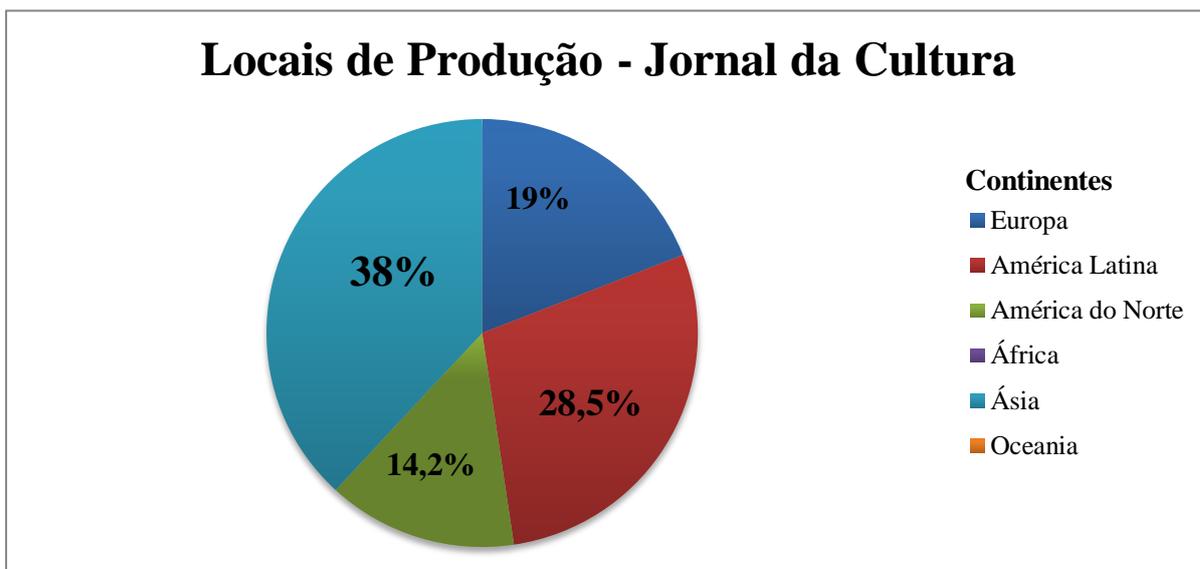


Gráfico 8: Locais de Produção – Jornal da Cultura - Internacional

Considerando os países, os Estados Unidos tiveram maior participação nos dois telejornais, sendo foco em 15,7% das vezes no RB e 14,2% no JC. No RB, o Reino Unido apareceu em 10,5% das situações, enquanto a Síria teve percentual de 7,8%. Em seguida, vieram Chile, Argentina, Venezuela e Itália com 5,2% das presenças. Tunísia, África do Sul, Chipre, Jerusalém, Polinésia, França, Espanha, Afeganistão, Chechênia, Alemanha, Portugal, Polônia, Paquistão, Bélgica, Grécia, Rússia e Ucrânia foram citados apenas uma vez, ou seja, 2,6% das inserções.

Já no JC, a Coreia do Norte, a Bolívia e a Venezuela apareceram em 9,5% das vezes, ocupando o segundo lugar como os países mais citados. Com apenas uma referência (ou seja, 4,7%), estão Chipre, Chile, Itália, Reino Unido, Espanha, Afeganistão, Argentina, Índia, Japão, Coreia do Sul, Irã e Bangladesh.

A predominância dos Estados Unidos em relação aos outros países segue a lógica comprovada por diversos estudos, como o de Wu (2003), sobre a presença dos EUA nas coberturas internacionais de veículos do mundo inteiro. O fato pode ser explicado pela influência das agências de notícias ou pela preferência de enviar correspondentes a este país.

Segundo Rampal (1995 apud FAHMY, 2005, p. 382-383), além dos Estados Unidos, os países desenvolvidos receberiam maior atenção em relação aos outros. A cobertura de países de elite foi, inclusive, estabelecida como um dos critérios de noticiabilidade, propostos por Galtung e Ruge.

Seguindo essa lógica, o RB apresentou uma porcentagem elevada de matérias sobre a Europa, na semana de análise. Em seguida, os continentes mais privilegiados foram a Ásia e as Américas. Enquanto isso, o JC deu mais espaço à Ásia, em seguida à América Latina e à América do Norte. A presença menos expressiva da Europa no JC acaba surpreendendo. Já a África e a Oceania foram esquecidas dos telejornais, principalmente no JC, que não apresentou nenhuma matéria sobre os continentes.

A diversificação na cobertura internacional também deveria ser uma proposta dos dois telejornais. Pela proximidade geográfica e cultural, a América Latina deveria receber mais atenção, em matérias que pudessem quebrar estereótipos e promover o conhecimento sobre o continente no qual o Brasil está localizado.

4.2.2 Fontes

As fontes entrevistadas foram classificadas em nove grupos diferentes: populares, especialistas, organizações civis, órgãos públicos, instituições privadas, governo federal, governo estadual, políticos e artistas ou atletas. O primeiro grupo se refere aos cidadãos em geral. Os especialistas são aqueles que possuem autoridade sobre o que falam, já que têm um conhecimento prático ou acadêmico sobre determinado assunto. As organizações civis englobam entidades não governamentais e representantes de projetos sociais. Os órgãos

públicos representam as empresas públicas, enquanto as instituições privadas referem-se aos representantes de empresas particulares. O governo federal abrange a presidente, assim como, ministros e outros representantes do governo. Já o governo estadual abarca governadores, secretários e outros representantes. O grupo de artistas e atletas prescinde de explicações.

Nas 120 matérias apresentadas no RB, a maior parte das fontes entrevistadas, 47,1%, foi classificada como popular. Os especialistas representaram 19,3% dos falantes. Já as organizações civis apareceram em 9% das vezes, os órgãos públicos em 7,4%, e os artistas ou atletas em 5,7%. O governo federal foi fonte em 4,5% das ocasiões, enquanto os governos estaduais em apenas 1,1% e os políticos em 3,9%. As instituições privadas somaram 2,3%.

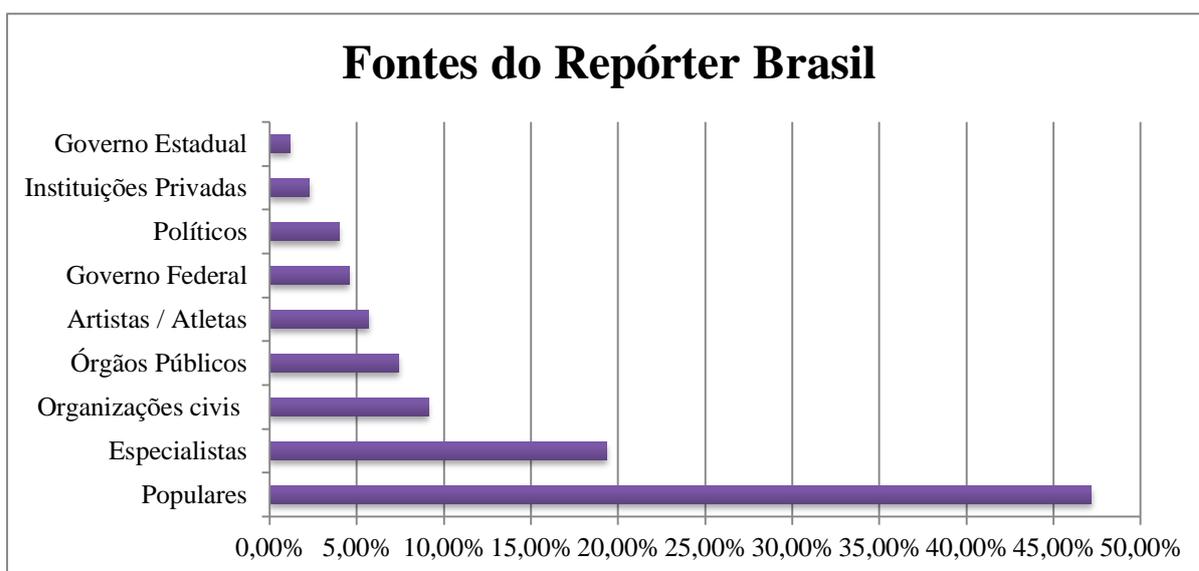


Gráfico 9: Fontes do Repórter Brasil

No JC, os populares também foram as fontes mais entrevistadas, aparecendo em 36,9% das vezes. Também em segundo lugar, os especialistas tiveram um percentual de 30,7%. Os órgãos públicos ocuparam 9,2% e as organizações civis 6,15%. Já as instituições privadas e o governo estadual tiveram apenas 4,6% do total de fontes entrevistadas. Os políticos e os artistas ou atletas tiveram 3% do espaço. Como o grupo com menor participação, figura o governo federal, que foi entrevistado apenas uma vez (1,5%).

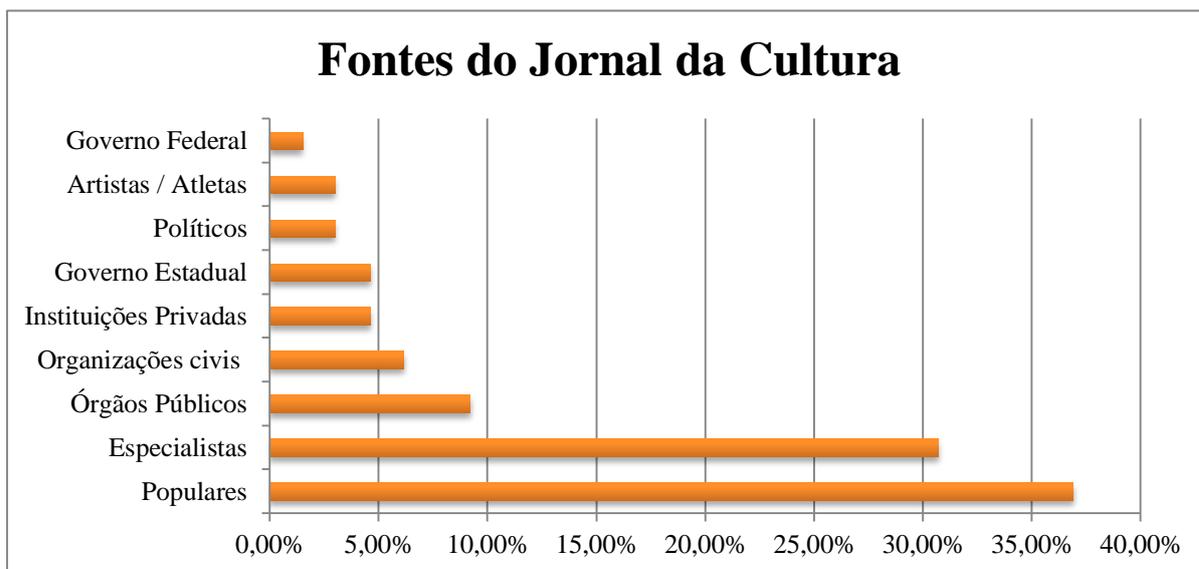


Gráfico 10: Fontes do Jornal da Cultura

A partir dos dados, pode-se perceber que as fontes classificadas como populares foram as mais frequentes em ambos os noticiários. Muitas vezes, eles estão inseridos em um contexto de povo fala ou aparecem como personagens das matérias, tendo a proposta de exemplificar o tema da reportagem. Mais do que cidadãos, os populares aparecem nos noticiários, na maioria das vezes, pela perspectiva do consumidor e apenas para confirmar a informação dada pelo repórter anteriormente. Também nos dois telejornais, os especialistas foram o segundo grupo mais entrevistado, ocupando uma função de esclarecedores da realidade.

Já os órgãos públicos ocupam o terceiro lugar no JC e o quarto no RB, o que pode demonstrar uma tendência ao oficialismo. Já as organizações civis aparecem como o terceiro e quarto grupo mais entrevistado, no RB e no JC, respectivamente. Apesar de ocuparem uma posição relativamente considerável no ranking das fontes mais consultadas, a porcentagem de presença das organizações civis é baixa. Considerando que os telejornais são públicos e que pretendem dialogar de forma mais efetiva com a sociedade, a priorização das organizações civis torna-se necessária para o cumprimento da missão.

Quanto aos governos, vê-se que o federal foi fonte mais frequente no telejornal da TV Brasil do que no da TV Cultura, enquanto que com os governos estaduais ocorreu o contrário. No caso do JC, o governo estadual representado em todos os casos foi o de São Paulo. Já no RB, os governos de São Paulo e do Rio de Janeiro apareceram duas vezes cada, enquanto o de Roraima teve uma citação.

A presença maior do governo de São Paulo no JC pode ser explicada pelo local de instalação da emissora. Enquanto isso, a maior distribuição no caso do RB pode estar associada ao fato de que a TV Brasil tem sede em Brasília e nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Maranhão. Outra explicação para a presença maior do governo federal no RB e do governo estadual no JC pode ser o vínculo de cada emissora com os respectivos governos. De modo geral, eles, assim como os políticos, não foram fontes dos noticiários em uma quantidade de vezes relevante.

Considerando o conceito de “Dramaturgia do Telejornalismo”, cada fonte teria assim um papel na construção da narrativa noticiosa, como explica Coutinho

Entre os papéis que poderíamos chamar de essenciais ou fundamentais nas narrativas analisadas estão os de: mocinho, vilão, herói, vítima, expert, parceiro/aliado, mediador, concorrentes e ainda o de “musa” ou troféu em disputa. Há ainda algumas variações destes papéis tipo padrão, que seriam os de vilão implícito; neomocinhos ou vilões regenerados/arrepentidos; fiscais ou defensores; beneficiados/ favorecidos e ainda o personagem misterioso ou radical. (COUTINHO, I., 2003, p.149)

Os especialistas seriam claramente os experts. Artistas e atletas, em geral, ocupariam o papel de heróis ou musas. As organizações civis seriam em muitas situações os mediadores, enquanto os órgãos públicos podem se comportar como fiscais em alguns momentos e em outros até como vilões. Os populares, geralmente, são tratados como vítimas ou heróis quando a história é de superação. As instituições privadas podem ser vilãs em algumas situações, mocinhas, vítimas ou beneficiadas em outras. Já os governos e políticos

são tratados ora como heróis - solucionadores dos problemas, ora como vilões – os causadores dos problemas, e ora como mediadores – tentando justificar ou amenizar os problemas.

4.3 TELEJORNALISMO PÚBLICO E INDEPENDÊNCIA POLÍTICA

Na análise quantitativa, a cobertura política foi observada a partir da presença dos governos, tanto federal como estaduais, e da presença dos partidos políticos. Dessa forma, podemos refletir sobre o espaço dado pelos telejornais a esses atores políticos e em que medida há uma busca por equilíbrio ou se há ainda um silenciamento.

Na avaliação dos governos, levou-se em consideração se eles foram citados ou entrevistados nas reportagens. Caso suas presenças tenham sido percebidas em citações, avaliou-se ainda se elas foram acompanhadas de imagens. Além disso, foram contabilizados os formatos das notícias, nas quais eles apareciam.

Também foi observado a partir de quem esses governos tiveram espaço: no caso federal, poderia ser pela presidente, ministros, outros representantes ou pela instituição no geral sem personificações; já o estadual poderia ser por meio de governadores, de outros representantes ou ainda no geral. Em algumas matérias, a presença do governo foi contada mais de uma vez, já que ele apareceu de diferentes maneiras no que diz respeito ao representante. O espaço pode ter sido, por exemplo, por meio da citação de ministros e de entrevista da presidente na mesma matéria.

Em uma análise qualitativa, foi avaliado o viés do tratamento dado aos governos, levando-se em conta se eles foram citados de forma positiva, equilibrada/neutra, ou negativa. Foram consideradas neutras as citações nas quais o governo apareceu somente por ser uma

informação oficial, como, por exemplo, ao dizer que determinada medida ainda precisa ser sancionada pela presidente. Ou ainda, quando são apresentadas opiniões diferentes sobre o governo, tendo cada uma o mesmo espaço. Foram consideradas referências positivas ao governo quando a posição deles não encontrava contraposições ao longo da matéria ou quando era a que prevalecia no discurso. Além disso, quando o governo era associado a algum projeto ou medida positivos, a citação foi contabilizada como positiva. Porém, quando havia críticas às ações, projetos ou pessoas dos governos, a presença foi entendida como negativa. Separadamente, foi contabilizado o viés das matérias como um todo.

Os dados foram cruzados a fim de identificar quais representantes foram apresentados de forma mais positiva ou negativa, e qual foi a forma com que eles apareceram. Dessa maneira, foi possível aprofundar a análise e demonstrar quais situações tiveram mais destaque. Cruzou-se o representante, se ele foi citado – com ou sem imagem – ou entrevistado, e o viés dado à citação. Além disso, foram contadas quantas citações positivas estavam em cada formato considerado, assim como quantas negativas e quantas neutras.

Em relação aos partidos, foram contabilizadas quantas vezes cada um apareceu nos telejornais e se eles foram citados – com ou sem imagem – ou entrevistados. A presença foi observada a partir da citação deles no texto dos jornalistas e fontes, ou nos créditos dos entrevistados.

4.3.1 Presença do governo federal

No RB, o governo federal teve 25 presenças, sendo sete vezes como entrevistado. Nos 18 momentos em que ele foi citado, em 17 não houve imagens dos representantes

citados. A presença se deu, com maior frequência (10 vezes), por meio de ministros. Em cinco ocasiões, o governo foi citado no geral. A presidente Dilma Rousseff e os outros representantes também apareceram cinco vezes cada. A maior parte das matérias em que o governo federal teve espaço, ou seja, em 13 delas, o formato utilizado foi o VT. Além disso, houve quatro notas ao vivo, duas notas cobertas e um stand up com a presença dele.

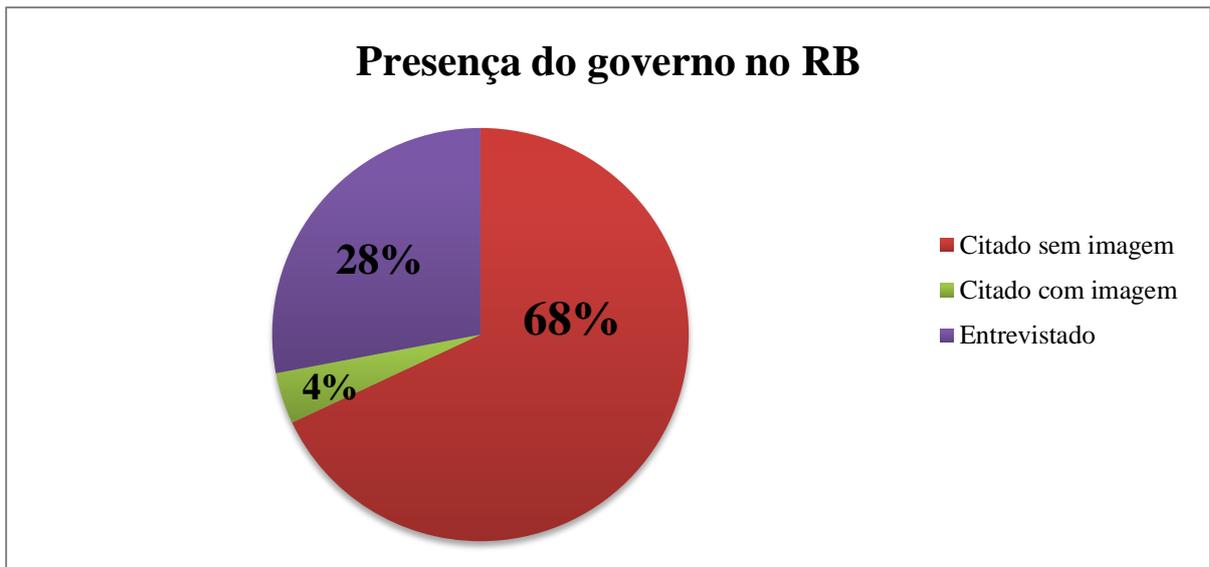


Gráfico 11: Presença do governo no RB

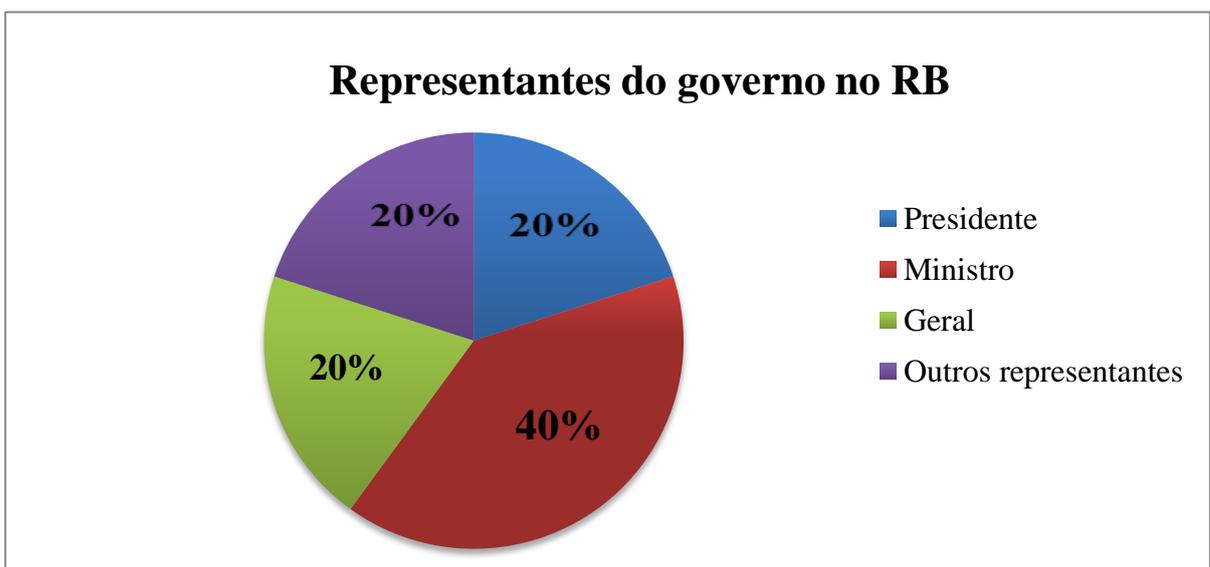


Gráfico 12: Representantes do governo no RB

Já no JC, o governo federal apareceu em 14 situações, sendo que em apenas uma delas, ele foi entrevistado. Entre as citações, 10 delas foram feitas sem o acompanhamento de imagem. Na maior parte das vezes, ou seja, sete, o governo foi citado no geral. Em cinco momentos, a presença se deu por meio da representação de ministros. Enquanto isso, somente em uma situação, a presidente teve espaço, assim como os outros representantes. Foram três notas cobertas e três comentários, dois VTs, um stand up e uma entrevista com a presença do governo.

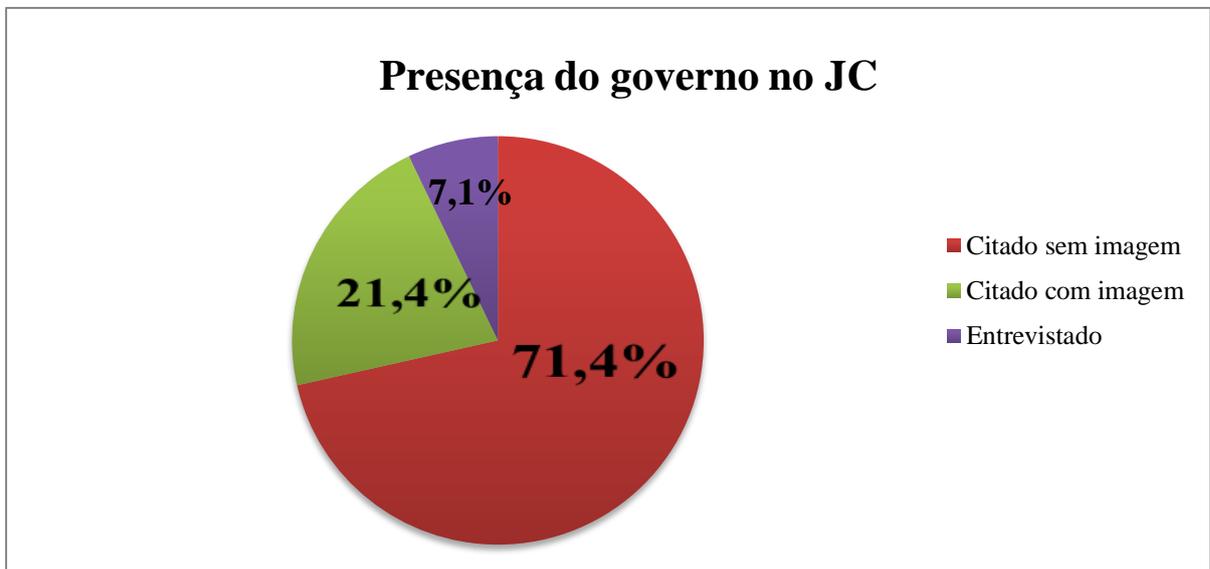


Gráfico 13: Presença do governo no JC

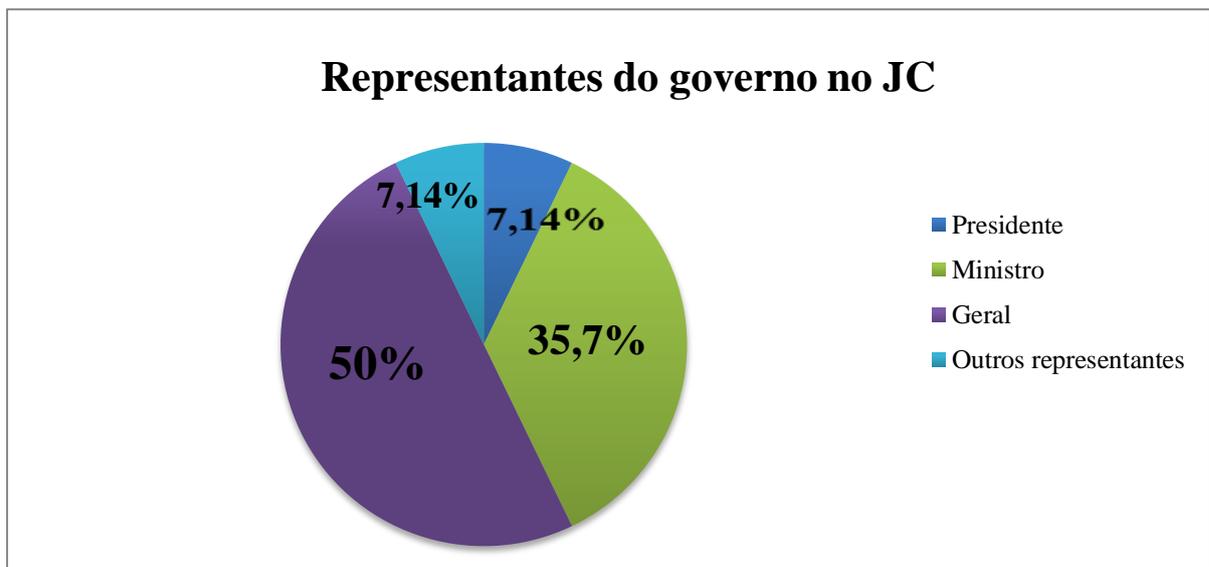


Gráfico 14: Representantes do governo no JC

No RB, a maior parte das citações do governo federal, ou seja, 14 delas, foram consideradas positivas. Duas tiveram um viés negativo e nove foram consideradas equilibradas/neutras. Vale destacar que as duas citações negativas faziam parte da mesma matéria. Por outro lado, foram 10 citações em matérias cujos temas foram considerados como negativos, oito em equilibrados e sete em positivos – ou seja, a presença do governo federal no RB foi considerada positiva, mesmo em matérias negativas. Já no JC, oito referências ao governo federal foram entendidas como negativas, quatro positivas e duas equilibradas/neutras. Das citações, 13 foram feitas em matérias negativas e uma em positiva.

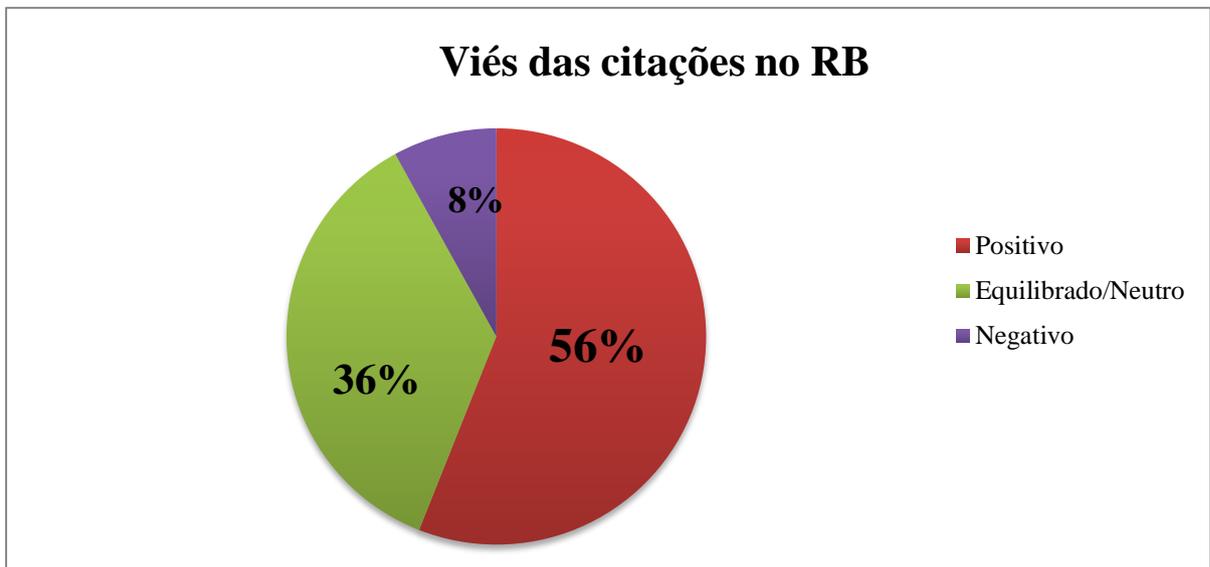


Gráfico 15: Viés das citações no RB

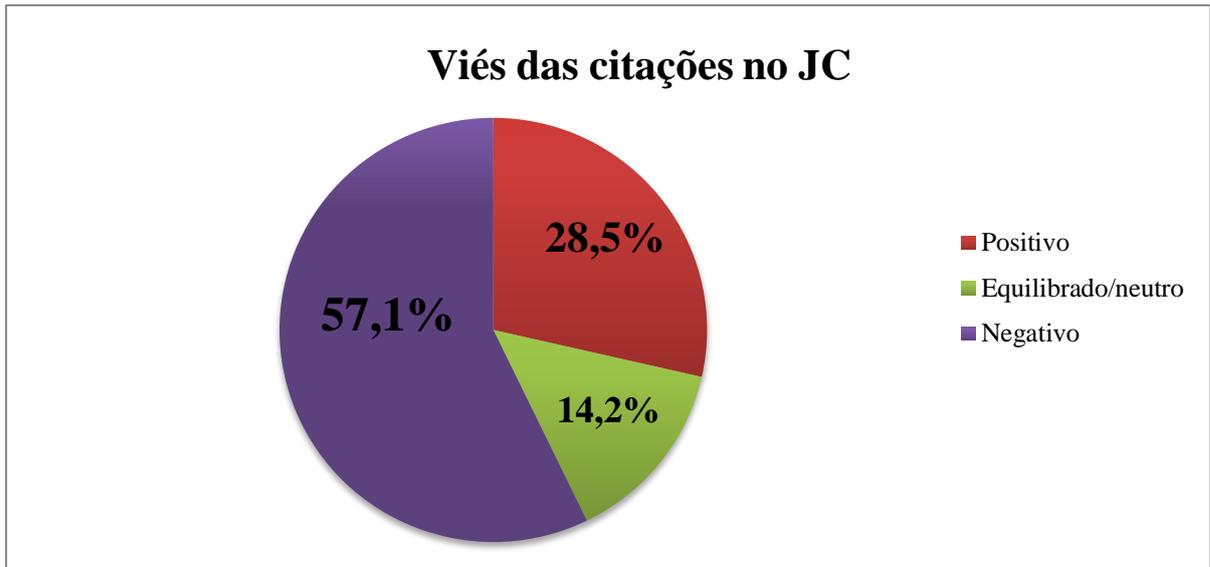


Gráfico 16: Viés das citações no JC

Quanto às presenças da presidente, ela foi entrevistada apenas uma vez no RB, em referência contabilizada como positiva. Neste telejornal, ela foi citada sem imagem quatro vezes, sendo três de forma equilibrada e uma negativa. Em nenhuma ocasião, ela foi citada com imagem. No JC, Dilma Rousseff apareceu somente uma vez, sendo citada com imagem e um viés negativo.

Já os ministros foram entrevistados três vezes no RB, com uma apresentação positiva. Em seis ocasiões foram citados sem imagem, sendo em três momentos de forma positiva e em três de forma neutra. A única vez que foram citados com imagem tiveram um tratamento equilibrado. No JC, eles não foram entrevistados nenhuma vez; foram citados sem imagem quatro vezes: uma com viés positivo, uma com equilibrado e duas com negativo; e foram citados com imagem uma vez, sendo ela positiva.

Nos dois telejornais, os outros representantes só apareceram de forma positiva. No JC, eles foram citados com imagem uma vez. No RB, foram entrevistados três vezes e citados sem imagem duas vezes. Já a instituição em geral foi citada em todos os momentos sem alguma imagem que a representasse. No RB, foram três citações positivas, uma

equilibrada/neutra e uma negativa. Por outro lado, no JC, foram cinco negativas, uma positiva e uma equilibrada/neutra.

Repórter Brasil			
	Positivo	Equilibrado	Negativo
Presidente entrevistada	1	0	0
Presidente citada sem imagem	0	3	1
Presidente citada com imagem	0	0	0
Ministros entrevistados	3	0	0
Ministros citados sem imagem	3	3	0
Ministros citados com imagem	0	1	0
Outros representantes entrevistados	3	0	0
Outros representantes citados sem imagem	2	0	0
Outros representantes citados com imagem	0	0	0
Geral citado sem imagem	3	1	1
Geral citado com imagem	0	0	0

Tabela 1: Cruzamento da Presença do Governo – Repórter Brasil

Jornal da Cultura			
	Positivo	Equilibrado	Negativo
Presidente entrevistada	0	0	0
Presidente citada sem imagem	0	0	0
Presidente citada com imagem	0	0	1
Ministros entrevistados	0	0	0
Ministros citados sem imagem	1	1	2
Ministros citados com imagem	1	0	0

Outros representantes entrevistados	0	0	0
Outros representantes citados sem imagem	0	0	0
Outros representantes citados com imagem	1	0	0
Geral citado sem imagem	1	1	5
Geral citado com imagem	0	0	0

Tabela 2: Cruzamento da Presença do Governo – Jornal da Cultura

Em relação aos formatos, o RB teve a maior parte das menções positivas apresentadas em VTs (13 delas) e uma em nota coberta. As alusões negativas também foram encontradas em VTs. Já as equilibradas estiveram presentes, principalmente, em notas ao vivo (3) e também nos VTs (3); duas em notas cobertas e uma em stand up. Já no JC, houve maior distribuição, com três citações positivas em VTs e uma em stand up; uma equilibrada em VT e uma em comentário. As negativas apareceram duas vezes em VTs, duas em notas cobertas, duas em entrevistas e duas em comentários.

Nos dois telejornais, o governo federal foi, na maior parte das vezes, apenas citado, sem imagens dos representantes acompanhando o texto. Entretanto, a situação é mais desequilibrada no JC, já que em apenas uma ocasião, ele foi entrevistado. No RB, os ministros apareceram mais vezes, enquanto no JC, a instituição em geral foi a que teve mais referências. A presidente teve espaço quase nulo no JC, com apenas uma presença. No RB, as citações se deram principalmente em VTs, enquanto no JC, elas foram mais comuns nos comentários e notas cobertas.

Enquanto no RB, 56% das citações são positivas ao governo federal, no JC, 57,1% são negativas a ele. O RB teve apenas 8% de referências negativas e 36% neutras ou equilibradas em relação. Já o JC, teve 28,5% de citações do governo federal consideradas

positivas e 14,2% neutras ou equilibradas. A partir dos dados, é possível perceber que o RB tem uma tendência mais positiva ao governo federal, enquanto no JC observa-se o contrário. O percentual negativo no JC é maior que o positivo no RB, assim como o positivo no JC é maior que o negativo no RB. Assim, nos extremos, o JC tem porcentagens maiores e o RB tem mais menções consideradas neutras. Ainda que grande parte das matérias que tiveram alguma alusão ao governo federal fossem sobre temas negativos, a posição do governo se converteu, em algumas situações, em positiva devido ao papel de solucionador da situação.

Nos dias analisados, a presidente teve um tratamento equilibrado no RB, já que apenas uma menção teve viés positivo e uma viés negativo, enquanto em três momentos ela foi citada de maneira neutra. Porém, na situação em que ela foi tratada de forma positiva, ela teve maior exposição, já que apareceram suas declarações; por outro lado, quando foi criticada, foi apenas citada sem imagem. No JC, ela não teve quase nenhum espaço e quando teve foi com viés negativo e com certo destaque – já que a citação foi acompanhada de imagem.

A instituição Governo no geral foi apresentada com mais desequilíbrio nos telejornais. No RB, a maior parte foi de forma positiva e no JC, de forma negativa. Interessante notar que os outros representantes foram mencionados em todos os momentos positivamente, pelos dois telejornais. Já os ministros, que tiveram espaço considerável nos dois noticiários, tiveram tratamentos mais diversificados. Ainda assim, eles não foram citados nenhuma vez negativamente no RB. Já no JC, eles em nenhum momento tiveram mais espaço, a partir de entrevistas.

Quanto ao cruzamento entre formatos e tendências, pode-se perceber que todas as menções em notas ao vivo – que só ocorreram no RB – foram neutras/equilibradas. Isso pode ser explicado pelo fato de que nelas, geralmente, não há muitos dados capazes de evidenciar algum viés. Os VTs foram muito frequentes nas referências positivas do RB, o que se

relaciona com o fato de que este é o formato mais utilizado pelo programa. Já no JC, ainda que os VTs também tenham prevalecido, vale destacar as citações nos comentários, que por outro lado não houve no RB.

Em síntese, o RB deu mais espaço ao governo federal, assim como apresentou uma tendência positiva em relação a ele, embora uma grande porcentagem tenha tido tratamento considerado neutro. Já no JC, foi observado um distanciamento em relação ao governo federal, com pouco espaço dado a ele e com a maior parte das citações sendo feitas a partir da instituição no geral. Além disso, as referências no JC foram, em sua grande maioria, negativas.

4.3.2 A presença do(s) governo(s) estadual(ais)

Os governos estaduais tiveram presença no RB em apenas cinco ocasiões, sendo em apenas duas delas por meio de entrevistas. O governo de São Paulo foi entrevistado uma vez e citado também uma vez, assim como o do Rio de Janeiro. Além disso, o estado de Roraima foi citado em uma notícia. Nas três vezes em que os governos foram citados, eles não tiveram imagens dos representantes acompanhando o texto. Os governadores foram os representantes em três ocasiões. Em apenas uma situação eles foram citados no geral e os outros representantes tiveram voz. O governo estadual apareceu, principalmente, em VTs (três vezes) e em uma nota coberta.

No JC, apenas o governo de São Paulo teve espaço com quatro citações e três momentos de fala. Em todas as ocasiões em que foi citado, não houve imagens dos representantes. Em quatro vezes a presença se deu por meio do governador e em três de outros

representantes. O governo estadual apareceu três vezes por meio de nota coberta, duas por VT e duas por stand up.

Todas as menções ao governo de São Paulo feitas pelo JC foram consideradas positivas. No RB, as duas referências ao governo de São Paulo e a citação do de Roraima foram negativas, enquanto as alusões ao governo do Rio de Janeiro foram positivas¹¹. As matérias como um todo, porém, tinham tendências mais variadas: duas positivas, uma equilibrada e duas negativas no RB; duas positivas, uma equilibrada e quatro negativas no JC.

No RB, todas as vezes em que os representantes foram os governadores (no caso, o de São Paulo e o de Roraima), a menção foi negativa – sendo uma com cada tipo de apresentação (entrevistado (SP), citado com imagem (SP) e citado sem imagem (RR)). Vale observar que o governo de São Paulo teve mais exposição nos dois casos, já que em um ele se pronunciou e no outro houve acompanhamento de imagem. Por outro lado, o governo do Rio de Janeiro foi citado sem imagem, como instituição, em uma ocasião de forma positiva; e outro representante dele foi entrevistado com presença também considerada positiva.

Já no JC, como foi dito acima, todas as menções foram positivas. Em cinco, elas foram feitas por meio do governador, sendo que em três, ele teve voz e em duas foi citado sem imagem. Também em duas ocasiões, os outros representantes foram citados sem imagem de forma positiva.

No RB, quase todas as referências foram feitas em VTs – sendo duas positivas e duas negativas – e apenas uma em nota coberta. No JC, foram quatro alusões em VTs, uma em nota coberta, uma em stand up e uma em comentário.

A partir dos dados, percebe-se que os governos estaduais não tem uma presença muito forte nos telejornais, embora no JC ela seja mais marcante. Neste último, o espaço é dado totalmente ao governo de São Paulo, enquanto no outro, há uma pequena distribuição.

¹¹ Vale notar que o governador atual de São Paulo é do PSDB, partido de oposição ao do governo federal; enquanto o governador atual do Rio de Janeiro é do PMDB, partido da base aliada do PT.

Em nenhum momento as citações feitas foram acompanhadas de imagens e nos dois telejornais, o representante mais recorrente foram os próprios governadores. O formato mais comum no RB foi o VT e no JC, a nota coberta.

Quanto ao tratamento dado aos governos, a situação também é mais desequilibrada no JC, no qual todas as menções ao governo estadual de São Paulo foram positivas. No RB, houve menções negativas e positivas aos governos, mas vale observar que as duas citações do governo de SP foram negativas, novamente em contraposição ao JC. O mesmo comentário feito sobre os tratamentos do governo federal em relação às tendências das matérias como um todo pode ser válido para o governo estadual.

4.3.3 Presença de partidos

No RB, os partidos estiveram presentes em 15 momentos. O que teve mais espaço foi o PT (três vezes), seguido do PMDB e do PR (duas vezes cada). PSOL, PSC, PSDB, PTB, DEM, PDT, PV e PSB apareceram apenas uma vez cada durante a semana composta de análise. Em dez ocasiões, os partidos foram citados e em cinco entrevistados. Entre os que tiveram voz, estão o PT (duas vezes), o PSC, PMDB e o PV. Apenas a citação do PSOL foi acompanhada da imagem de representantes do partido.

Já no JC, os partidos apareceram dez vezes. Entre eles, estão PT (quatro), PMDB (três), PSC, PSDB e PPS (uma). Os entrevistados foram do PMDB e PT. Já as citações foram acompanhadas de imagem apenas no caso do PPS.

Em geral, os partidos não têm uma presença muito efetiva. Em ambos, houve uma predominância do PT, que pode ser explicada pelo fato de que ele é o partido de situação do momento.

4.4 ANÁLISE QUALITATIVA

Entre as matérias analisadas na semana composta, foram selecionadas algumas representativas a fim de se fazer uma análise qualitativa, capaz de demonstrar determinadas escolhas editoriais. Foram observados os textos dos repórteres em conjunto com os dados coletados na análise quantitativa.

No período de análise dos telejornais, em dois dias, houve notícias no RB assim como no JC sobre o desempenho macroeconômico do Brasil, focando no aumento da inflação. No dia 28 de março, o RB apresentou uma nota ao vivo de 36 segundos sobre a previsão do Banco Central em relação à inflação dos próximos dois anos. O texto do âncora dizia que:

O Banco Central prevê inflação um pouco maior para este ano e o ano que vem. A taxa esperada para 2013 é de 5,7%, e para 2014, 5,3%. As estimativas estão acima do chamado centro da meta, mas abaixo do teto previsto. E o Banco Central ainda calcula uma queda de 2% no preço das ligações de telefone fixo e ainda de 15% nas tarifas de energia elétrica. Já para a gasolina, a estimativa é de aumento, 5% até o fim de 2013. (REPÓRTER BRASIL, 2013)

Após a nota, o telejornal exibiu um comentário do economista Luís Nassif que, no entanto, não pode ser analisado porque o vídeo estava com problemas. Em seguida, foi veiculada uma reportagem sobre o aumento na renda do trabalhador brasileiro, divulgada por pesquisa do IBGE, no mesmo dia. A matéria informava que a taxa de desemprego de fevereiro fora a menor do mês dos últimos dez anos, mas que ainda assim, aumentara em

relação aos meses anteriores. A economista entrevistada na reportagem afirmou que o cenário econômico não era otimista e que a produção e o emprego não deveriam crescer muito nos meses seguintes.

A matéria também foi seguida do comentário de Luis Nassif, que defendeu que o aumento da renda não tinha como problema principal a inflação, mas sim as contas externas – já que com o aumento da renda, o consumo aumentaria e como a produção não estava acompanhando esse ritmo, haveria mais importação. Além disso, ele comentou sobre o fato de que, apesar do crescimento do produto interno bruto (PIB) ter sido baixo no ano passado, as empresas não demitiram pessoal, porque seria mais caro demitir e recontratar, e porque elas acreditavam que ainda haveria recuperação econômica.

No mesmo dia, o JC também divulgou a notícia de aumento na expectativa da inflação, em uma nota coberta de 27 segundos. O texto da repórter foi:

O Banco Central sobe estimativa de inflação de 4,8 para 5,7% em 2013. A alta foi influenciada pelo alvoroço criado no mercado depois da fala da presidente Dilma ontem de que não concorda com políticas que reduzam o crescimento para combater a inflação. A previsão de crescimento da economia neste ano caiu de 3,3 para 3,1%. (JORNAL DA CULTURA, 2013)

Os especialistas da bancada do JC no dia, a professora de direito internacional da USP, Maristela Basso, e o economista, Fernando Sampaio, debateram o assunto. O economista afirmou que a previsão era de uma inflação “chatinha”, “persistente”, mas que não “escapa da mão”, “não descontrolada”; sobre o crescimento, ele afirmou que os indícios eram de que os investimentos estavam voltando, o que iria impulsionar o crescimento, que não seria excelente, mas melhor do que o de 2012. Já a professora de direito internacional, afirmou que o “vai e vem do governo”, a “falta de definição seja lá de que política for” assustava o investidor.

Algumas observações podem ser feitas acerca das duas coberturas. No texto da nota divulgada pelo RB, o âncora diz que a expectativa de inflação é “um pouco maior”, mas

não expõe que a estimativa anterior era de 4,8%, como o fez o JC. O uso do adjetivo ameniza a informação e, além disso, pode ser questionado, já que a expectativa passou de 4,8% para 5,7%, um aumento de certa forma significativo.

No RB, a notícia é complementada pela informação de que os preços das ligações de telefonia fixa e da energia elétrica deveriam cair, enquanto o da gasolina poderia subir. Essa informação não foi utilizada pelo JC, que preferiu referir-se às declarações da presidente Dilma Rousseff, com utilização de imagens e viés considerado negativo, além de acrescentar a queda na previsão de crescimento econômico.

O RB apresentou outra matéria econômica na sequência, que mostrou resultados macroeconômicos positivos, como o aumento da renda dos trabalhadores e as taxas de desemprego menores no mês de fevereiro de 2013 em relação às dos outros anos. Ainda que os dados tenham sido divulgados no dia do noticiário e, portanto, a notícia fosse quente, o JC não divulgou nada sobre o assunto.

Percebe-se dessa forma, que ambos os telejornais noticiaram o aumento das taxas de inflação esperada, mas deram enfoques diferentes aos dados, privilegiando algumas informações em detrimento de outras. Por outro lado, os dois noticiários tiveram espaço para a discussão do tema após a exibição da nota - no RB, por meio de entrevista e no JC, através dos comentários dos especialistas. Em ambos os casos, ainda que fossem espaços opinativos, os economistas apresentaram um equilíbrio, apontando novas explicações e pontos de vista. Por outro lado, a professora, no JC, fez críticas mais diretas e severas à política e postura do governo federal.

No dia 16 de abril, os dois telejornais apresentaram, novamente, notícias relacionadas à inflação. O RB veiculou uma nota coberta, cujo texto do âncora ao anunciar a matéria dizia que a presidente Dilma Rousseff iria atacar a inflação sem deixar os juros elevados. A nota foi sobre o pronunciamento da presidente acerca do assunto, apresentando

trechos do discurso. Por não apresentar nenhuma opinião diversa a do governo, a citação foi contabilizada como positiva.

Já o JC colocou como foco de sua matéria o dilema entre a possibilidade de um aumento do desemprego para combater a inflação. No texto da passagem da repórter, ela explicou que o mercado de trabalho aquecido faz com que os salários aumentem e, conseqüentemente, esse aumento seja repassado para os produtos. A reportagem entrevistou dois economistas que discordaram sobre o assunto – enquanto um defendeu que gerar um pouco de desemprego é quase a única saída para enfrentar o processo inflacionário, o outro afirmou que o combate passa pelo aumento do investimento, estrutura e produtividade. Um dos populares entrevistados falou sobre o “custo Brasil”, gerado pela alta carga tributária. Após a matéria, houve um debate entre os especialistas, que também discordaram sobre o tema. A reportagem do JC investiu no debate ao apresentar opiniões diversas sobre como combater a inflação.

Na seqüência, houve outra matéria sobre a inflação, com a cabeça referindo-se ao fato de que os jovens não têm a cultura da inflação. Na reportagem, vários personagens relembrou a época e o texto da repórter citou o plano real como solucionador da inflação. No fim da matéria, a repórter apresentou o texto “Mas se a economia do país sofrer alguma mudança drástica...”, que de certa maneira, propõe a possibilidade da volta da hiperinflação. Posterior ao VT, o quadro “Jornal da Cultura explica” apareceu para esclarecer o que são taxas de juros. Depois disso, os especialistas voltaram a debater o tema. Os dois economistas discordaram sobre a presença do governo na economia – já que cada um expôs uma opinião diferente sobre o governo, tendo o mesmo espaço de fala, a citação foi considerada equilibrada.

Neste dia, o RB optou por dar uma notícia mais marcada pelo oficialismo, com a nota coberta exibindo o pronunciamento da presidente. Por outro lado, o JC investiu em

discussão do assunto, principalmente, por colocar na bancada dois economistas com opiniões bem diferentes sobre o tema.

No dia 16 de abril, foi pauta dos dois telejornais a ocupação da Câmara dos Deputados por índios que cobravam a paralisação de projetos que colocariam em risco o território de povos indígenas tradicionais. Em um VT de quase dois minutos, o RB exibiu depoimentos do presidente da Câmara, do coordenador da organização de índios da Amazônia Brasileira, de um representante da articulação dos povos indígenas do Brasil e do deputado Sarney Filho do Partido Verde (PV).

Já o JC, apresentou apenas uma nota coberta de 43 segundos, com o seguinte texto de cabeça da matéria: “Os índios de 73 etnias ocuparam hoje o plenário da Câmara dos Deputados e colocaram os parlamentares para correr”. O texto completo da nota segue abaixo:

Foi um susto daqueles. Os deputados saíram quando viram os índios correndo em grande número aos gritos como se estivessem prontos para a guerra. O presidente da Câmara, Henrique Eduardo Alves, conseguiu acalmar os ânimos. O protesto é contra a emenda constitucional que tira da Funai a responsabilidade sobre demarcações de terra e transfere a tarefa para o Congresso Nacional. No início da noite, Henrique Eduardo Alvez se reuniu a portas fechadas com dez líderes indígenas para discutir o assunto. (JORNAL DA CULTURA, 2013)

O texto da notícia do JC acabou desqualificando a manifestação dos índios ao usar expressões como “colocaram os parlamentares para correr”, “foi um susto daqueles” e “aos gritos como se estivessem prontos para a guerra”. Os índios não tiveram voz na notícia e houve uma falta de problematização e reflexão sobre o assunto. A nota, inclusive, não foi seguida por comentários dos especialistas, como a maior parte das matérias são. Diferente do VT apresentado pelo RB que deu voz a representantes indígenas e explicou melhor as reivindicações do grupo.

No dia 28 de março, o RB exibiu uma reportagem sobre as críticas da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre as condições dos presídios no Brasil e sobre as internações compulsórias feitas em vista da Copa do Mundo no país. A matéria apresentou as

considerações do grupo de trabalho sobre detenções arbitrárias da ONU; o discurso do governador de São Paulo, Geraldo Alkmin do PSDB, no qual ele argumentou que as internações no estado eram voluntárias; e na nota pé, a âncora informou sobre as declarações da prefeitura do Rio de Janeiro também em defesa de que as internações não eram compulsórias. Já o JC não divulgou nenhuma notícia sobre o assunto neste dia.

Mas, no dia 08 de abril, o JC exibiu uma reportagem sobre a nova lei antidrogas que seria votada pelo Congresso. A matéria apresentou o programa de atendimento a dependentes químicos de São Paulo e afirmou que o poder judiciário estava ajudando a acelerar o processo dos casos que precisavam de internação compulsória, porque as famílias não foram localizadas. A repórter citou ainda que não houve nenhum caso de internação compulsória desde o início do programa, embora a matéria do RB tenha mostrado o contrário. Uma declaração do governador Geraldo Alkmin explicando o funcionamento do projeto foi exibida na matéria – sua presença foi considerada positiva, já que seu argumento foi defendido pela reportagem. Apenas ao final da matéria, foi apresentada as regras defendidas pela nova lei.

Nos comentários, o historiador e professor da Universidade Federal de São Carlos, Marco Antônio Vila, faz críticas ao projeto do congresso, devido ao risco de rotulação do dependente químico. Por outro lado, tanto ele quanto o advogado e ex-deputado federal por São Paulo, Ayrton Soares, elogiaram o programa do governo de São Paulo. O advogado defendeu que o projeto deve ser ampliado para o interior: “por isso eu acho que esse exemplo do governo de São Paulo é muito bom e deve ser copiado”. A âncora também comentou: “é um projeto, um modelo que parece vitorioso”. Em concordância, o professor fez críticas severas aos padres que se manifestaram no início do projeto e disse que eles deveriam se retratar, já que o programa deu certo – o advogado comentou no meio que os protestos eram contra a violência policial, mas acabou não argumentando muito. A citação do governo

estadual também foi considerada positiva nos comentários, já que não houve críticas ao projeto – ao contrário, ele foi defendido por todos os ocupantes da bancada.

Já, no dia 26 de abril, o JC veiculou uma matéria sobre a parceria entre o governo estadual e a prefeitura de São Paulo no combate ao crack. As ações do governo estadual foram apresentadas, através do texto da repórter e das declarações do governador Geraldo Alkmin. O texto da reportagem mostrava ainda a posição da Ministra Chefe da Casa Civil e do Secretário Nacional de Políticas Antidrogas sobre o tema. Segundo a matéria, este último demonstrou ressalvas ao projeto.

A discussão dos especialistas após a exibição da matéria colocou em pauta a politização do projeto, no qual pessoas mais ligadas ao PT estariam contra a medida e as mais ligadas ao PSDB estariam a favor. O cientista político que compunha a bancada neste dia afirmou uma mudança no caráter da medida, antes e depois da parceria com a prefeitura e com o governo federal. Segundo ele, as ações eram violentas no primeiro momento, com a Polícia Militar nas ruas para recolher as pessoas dependentes involuntariamente; e após a parceria, tornou-se uma medida de internação voluntária. Além disso, o especialista afirmou que o projeto era para atender as pessoas viciadas no crack e não de combate ao crack, já que não focava na produção e tráfico das drogas.

Os dois telejornais focaram pontos diferentes sobre o assunto, já que o RB colocou como ponto principal as críticas da ONU, enquanto o JC deu mais espaço ao funcionamento do projeto nas duas reportagens. A matéria do dia 26 de abril do JC e a do RB deram espaço para opiniões diferentes. A discussão mais aprofundada se deu, justamente, nos comentários do JC, do dia 26 de abril, embora no dia 8, a cobertura do JC tenha sido mais tendenciosa.

No dia 8 de abril, o RB veiculou uma matéria sobre o repúdio de órgãos, como o Ministério do Desenvolvimento Agrário e a Secretaria de Direitos Humanos, sobre o

juízo dos acusados de assassinar líderes extrativistas no Pará, já que o mandante do crime fora absolvido. A reportagem ampliou a questão ao trazer a discussão sobre a violência no campo e a reforma agrária.

Sobre as mortes no campo, foram apresentados dados do Ministério do Desenvolvimento Agrário e da Comissão Pastoral da Terra; e foi entrevistado o Ouvidor Agrário Nacional. Em sua passagem, o repórter abordou a criação em 2006 do Plano Nacional de Combate à Violência no Campo e a tímida efetivação do projeto.

Além disso, a matéria apontou a lentidão da reforma agrária, ao expor dados de assentamento das famílias, demonstrando que a média no governo Dilma foi menor que a dos governos anteriores, de Lula e Fernando Henrique. O coordenador nacional do Movimento dos Sem Terra (MST) foi entrevistado e fez críticas ao governo atual, já que a organização acreditava que a reforma agrária evoluiria, o que não ocorreu. Em nota pé, o âncora apresentou o argumento do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) sobre quantas famílias devem ser assentadas até 2014.

O governo apareceu na matéria ao serem citados o Ministério do Desenvolvimento Agrário e a Secretaria de Direitos Humanos, a presidente Dilma Rousseff e também de forma geral. Em nenhuma das citações houve acompanhamento de imagens dos representantes. Entretanto, a matéria apresentou críticas sobre o governo federal contrariando a postura “chapa-branca” defendida por muitos críticos. As presenças do ministério e da secretaria de direitos humanos foram consideradas positivas por se apresentarem contra o julgamento que absolveu o mandante do crime. Já as citações do governo em geral e da presidente foram consideradas negativas, porque houve críticas sobre a lentidão da reforma agrária.

Após a matéria, houve uma entrevista com um especialista em questões agrárias da Universidade de Brasília, na qual ele defendeu a distribuição de terras e abordou problemas

sociais e políticos. O JC apresentou apenas uma nota coberta no dia 03 de abril, informando que o julgamento dos acusados teria começado e que o caso era mais um exemplo de violência a pessoas ligadas a questões ambientais e agrárias na região. Nota que também foi apresentada pelo RB no dia 03 de abril.

A partir das matérias que foram analisadas qualitativamente, é possível fazer algumas considerações. Na cobertura econômica, percebe-se uma postura mais pró-governo federal por parte do RB, enquanto no JC a tendência é o contrário. Este otimismo econômico do RB foi, inclusive, percebido nas pesquisas anteriormente realizadas pelo projeto de pesquisa sobre o telejornalismo da TV Brasil e registrado em alguns artigos (COUTINHO, I.; MEIRELLES, 2012, p.13 e MEIRELLES; COUTINHO, I., 2011, p.9). Por outro lado, ambos os telejornais apresentaram discussões sobre o tema.

Destaca-se o espaço que o RB deu aos movimentos sociais, ao tratar com mais profundidade a ocupação da Câmara pelos índios e ao abordar a questão da Reforma Agrária, apresentando, inclusive, críticas ao governo federal e à presidente Dilma Rousseff. Por outro lado, a desqualificação dos índios pelo JC representou uma falha no compromisso público do telejornal.

Já na questão da internação compulsória, o RB apresentou questionamentos ao projeto, enquanto as matérias do JC tinham um viés favorável à medida – o projeto era do governo de São Paulo e, posteriormente, teve apoio de setores do governo federal. Os comentários no JC, no segundo dia de cobertura do assunto, possibilitaram discussões mais aprofundadas sobre o tema, colocando outros pontos de vista acerca do projeto. Vale destacar o papel que os comentários no JC exercem, já que, em sua maioria, é a partir deles que se coloca o debate e emergem opiniões diversas sobre os assuntos.

5 A INDEPENDÊNCIA NAS VOZES DOS JORNALISTAS E DO CONSELHO CURADOR DA TV BRASIL E DA TV CULTURA

Além das revisões bibliográficas e das análises quali-quantitativas, foram realizadas entrevistas com integrantes do Conselho Curador e responsáveis pelo jornalismo das emissoras, TV Cultura e TV Brasil, a fim de aprofundar as reflexões sobre o cumprimento do papel público dos telejornais produzidos pelos canais.

No Conselho Curador da TV Brasil, foi entrevistado um dos representantes da sociedade civil, o professor da Universidade de Brasília e pesquisador em Comunicação, Murilo César Oliveira Ramos. Neste caso, a entrevista foi feita via e-mail. Já na TV Cultura, foi entrevistado, por telefone, o presidente e também representante da sociedade civil do Conselho Curador, o advogado Belisário dos Santos Jr. Na TV Brasil, a diretora de jornalismo, Nereide Beirão, foi entrevistada por telefone, assim como o coordenador de jornalismo da TV Cultura, Carlos Cristofanilli.

As entrevistas foram baseadas em perguntas sugeridas pelo documento “Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas”, sendo algumas acrescentadas e reformuladas. O objetivo foi identificar a posição dos representantes das emissoras quanto às questões de diversidade e independência na cobertura jornalística, diálogo e participação dos cidadãos e autonomia nas decisões.

5.1 FUNCIONAMENTO E IMPORTÂNCIA DOS CONSELHOS CURADORES

Tanto a TV Brasil como a TV Cultura possuem Conselhos Curadores, responsáveis por manter a autonomia e independência das emissoras, exercendo funções de fiscalização e discussão sobre diferentes aspectos das emissoras.

O integrante do Conselho Curador da TV Brasil, Murilo César Oliveira Ramos, afirmou que a atribuição central do Conselho Curador do canal é zelar para que a missão de emissora pública seja cumprida. Segundo ele, o conselho tem uma minoria representante dos poderes executivo e legislativo, e uma maioria representante da sociedade, “cuidando-se para que esta última reflita da melhor maneira possível a grande diversidade regional, étnica, de gênero, da sociedade brasileira” (RAMOS, 2013).

Segundo Murilo Ramos, as reuniões do Conselho ocorrem ordinariamente a cada dois meses e quando algum fato as demanda. Além disso, são realizadas audiências públicas e debates “no esforço de estar sempre sintonizado com os anseios da sociedade”, afirmou Murilo (RAMOS, 2013). O Conselho também se comunica permanentemente com a Direção Executiva da EBC, em especial com a Diretoria de Jornalismo, através da Câmara Temática de Jornalismo e Esportes, para “por meio desse diálogo, contribuir no sentido de que a TV Brasil, bem como a Agência Nacional e as rádios, desenvolvam e apresentam programações convergentes com a missão cidadã esperada da radiodifusão pública não-comercial.” (RAMOS, 2013).

Na avaliação desse conselheiro, o Conselho Curador da EBC, assim como a própria empresa, ainda não atingiram sua maturidade. Para ele o Conselho “ainda tem muito a aprender sobre a melhor maneira de funcionar, e de representar, no exercício de suas atribuições, a sociedade. Essa maturidade, espero, deverá vir com o tempo.” (RAMOS, 2013).

Sobre a TV Cultura, o presidente do Conselho Curador, Belisário dos Santos Jr., afirmou que o Conselho é muito importante para manter a independência e autonomia da emissora, e que, inclusive, já resistiu às tentativas de antigos governadores de São Paulo, como Paulo Maluf e José Maria Marin, de tornar a emissora um veículo destinado às suas necessidades eleitorais.

Quanto ao funcionamento, o presidente do Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta frisou a diversidade de seus integrantes; o órgão é composto por 47 pessoas. Segundo ele, reuniões mensais não seriam práticas pela dificuldade de tomar decisões com tantos membros. Assim, o conselho é dividido em cinco comitês responsáveis por diferentes tópicos. Cada um deles é composto por uma média de cinco membros e que fazem com que o conselho seja atuante, sendo eles: um Comitê de Programação, um Comitê Administrativo Financeiro, um Comitê de Educação, um Comitê Jurídico e um Comitê, recentemente criado, Estratégico e de Diretrizes da Programação.

Belisário destacou a iniciativa do Conselho de discutir a televisão pública e a TV Cultura por meio da realização de um Seminário organizado em fevereiro de 2013, e da elaboração de uma plataforma de diretrizes para o planejamento estratégico da Fundação Padre Anchieta. “Nós promovemos uma grande discussão, os conselheiros participaram ativamente e a partir desta plataforma e deste seminário, que foi em fevereiro, o conselho nunca vai ser o mesmo. É um conselho ativo, cobrador, exigente.” (SANTOS JR., 2013).

5.2 AVALIAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO

De acordo com Murilo Ramos, membro do Conselho Curador da TV Brasil, a avaliação periódica da programação do canal é feita, de certo modo, pela Ouvidoria, organismo vinculado à Diretoria Executiva, por meio da interação com o público. Com o intuito de proporcionar transparência sobre a opinião de setores da sociedade sobre a programação da TV, a Ouvidoria produz um programa semanal, denominado “Público na TV”. Além disso, anualmente, a Diretoria Executiva apresenta seu plano de trabalho ao Conselho Curador para discussão e aprovação. Com a proposta de avaliar a programação, Murilo afirma ainda que foram feitos contratos de estudos acadêmicos sobre o tema, incluindo pesquisas sobre a programação infantil e o telejornalismo da TV Brasil, sendo esta última feita no âmbito do grupo de pesquisa sobre Telejornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora.

A diretora de jornalismo da TV Brasil, Nereide Beirão, também citou a pesquisa realizada na UFJF como a origem de várias mudanças realizadas no telejornal desde o início dos estudos. Segundo ela, as propostas estabelecidas pela pesquisa foram avaliadas pelo Conselho Curador e fortaleceram mudanças no telejornal.

Já na TV Cultura, de acordo com o presidente do Conselho Curador, há uma avaliação diária feita pela Diretoria Executiva, sobre a adequação da programação. Mas ele destaca que esta avaliação é feita sob um ponto de vista diferente do que é utilizado pelos canais comerciais. Enquanto nestes, o critério de julgamento é a capacidade de o programa produzir recursos e a aceitação do público, na emissora pública, os parâmetros são a diversidade e a relevância. “Se você for perguntar (nós fazemos várias pesquisas nesse sentido) quais são as TVs mais admiradas, nós vamos aparecer; se a consulta for do ponto de

vista da ética, da lisura, da transparência, nós estamos sempre muito bem colocados.” (SANTOS JR., 2013).

Além disso, Belisário comentou o fato de que a diversidade de integrantes no Conselho da TV Cultura contribui para que haja um debate instalado que reflete as discussões presentes na sociedade civil. Mas que, em alguns momentos, há a necessidade de interlocução com outras pessoas e que isso foi feito, por exemplo, no seminário organizado pelo Conselho, em fevereiro de 2013.

Sobre as missões e propósitos das emissoras, o integrante do Conselho da TV Brasil afirmou que a Diretoria Executiva realizou recentemente um planejamento estratégico que contou, pelo que foi percebido pelo Conselho, com bom envolvimento dos funcionários da empresa. Além disso, ele cita o Manual de Jornalismo que cumpre a finalidade de estabelecer missões específicas para o jornalismo da TV.

No caso da TV Cultura, Belisário citou as obrigações definidas no estatuto da Fundação Padre Anchieta, no qual há uma obrigação de “produzir e emitir programação de caráter educativo, informativo, que diga respeito ao aprimoramento da dignidade da pessoa humana e ao compromisso com valores universais”. Segundo o presidente do Conselho Curador, o seminário realizado em fevereiro de 2013 foi uma das grandes e primeiras iniciativas de revisar estes princípios.

5.3 A PARTICIPAÇÃO DOS CIDADÃOS

Mais do que a busca pela interatividade, colocada quase como uma obrigação do jornalismo com a introdução da internet e das redes sociais, as televisões públicas devem

buscar um diálogo efetivo com os cidadãos, promovendo discussões mais aprofundadas e participações mais ativas. Os telespectadores não devem ser tratados apenas como consumidores de informação e entretenimento, mas agentes do conteúdo, capazes de produzir e influenciar na produção. Desta forma, os representantes do jornalismo dos dois canais foram questionados sobre os meios de diálogo com os cidadãos utilizados pelo Jornal da Cultura e pelo Repórter Brasil, assim como pelas emissoras em geral.

No JC, segundo o coordenador de jornalismo, os meios de participação são: a rede social Twitter, a Central de Relacionamento do site da emissora e o espaço “Segunda Tela”. Cristofanilli afirmou que os telespectadores são estimulados, e participam diretamente, via twitter, enquanto o telejornal está ao vivo. A “Segunda Tela”, inspirada na bem-sucedida experiência norte-americana do Super Bowl, é um espaço na internet no qual as matérias do noticiário são complementadas com informações a mais e comentários vindos das redes sociais são exibidos na mesma página.

De acordo com o coordenador, há muita participação do público, tanto em mensagens como pelo twitter e pela Segunda Tela. Sobre as sugestões de pauta enviadas pelo público, Cristofanilli afirmou que elas são discutidas em reuniões de pauta e aproveitadas pela produção do Jornal da Cultura, assim como quando algum comentário pode render uma grande matéria. “A gente gosta de trabalhar bastante com o telespectador, que é pra quem a gente faz o telejornalismo”, afirmou em entrevista telefônica. (CRISTOFANILLI, 2013).

Já no Repórter Brasil, a diretora de jornalismo afirmou que os meios de participação do público são: o “Outro Olhar”; o povo fala ao final de cada bloco do telejornal; as redes sociais e a página na internet. Como foi explicado no tópico sobre a TV Brasil, o quadro “Outro Olhar” é um espaço no telejornal para a exibição de vídeos produzidos pelo público. Segundo Nereide, já foram feitas, inclusive, oficinas de produção audiovisual, em Minas e em Goiás. Os vídeos podem ser enviados pelo público e, em algumas situações, a

equipe do quadro faz buscas pela internet ou entra em contato com ONGs parceiras que costumam produzir conteúdo.

O povo fala exibido ao final de cada bloco - no qual pessoas de diferentes cidades respondem a uma pergunta do dia, que está relacionada a algum tema importante da edição – tem ganhado participação através da rede social, Facebook. “O que me surpreendeu foi que desde que começamos a fazer a pergunta no Facebook, todo dia tem resposta”, afirmou Nereide (2013). Além disso, ela destacou o fato de virem respostas de diferentes lugares do Brasil.

Quanto à demanda por participação, de modo geral, Nereide disse que ela é relativa, já que a emissora ainda não tem muita audiência e nem destaque. Por outro lado, ela destacou que há um esforço da emissora para atender todas as sugestões de pauta e pedidos de aprofundamento. “Estamos melhorando nessa área. Ainda não é o ideal, mas montamos uma equipe mínima para poder melhorar esse contato via internet.” (BEIRÃO, 2013).

Outra forma de comunicação com o público, citada pela diretora, é a ouvidoria. Por meio dela, são recebidos comentários, sugestões e dúvidas. A ouvidoria elabora relatórios e levantamentos que são públicos, disponíveis no site. Além disso, os comentários sobre os programas são repassados para a diretora de jornalismo, para a gerência executiva e para o setor de comunicação, que posteriormente informam a equipe de jornalismo.

No caso do Conselho Curador da TV Brasil, Murilo Ramos avaliou que a participação do público é feita, principalmente, por meio das audiências públicas, mas que não há uma discussão com os telespectadores para discutir a programação, as decisões editoriais ou as questões da administração de recursos. No processo de elaboração do planejamento estratégico da Diretoria Executiva da emissora, por exemplo, não houve participação dos cidadãos devido à dificuldade de promover essa interação de forma representativa e articulada, segundo explicou o conselheiro. Já na TV Cultura, o presidente do

Conselho Curador afirmou que a participação do público é observada muito através dos acessos ao site.

5.4 A DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA

Uma das propostas da TV Brasil é representar os diferentes Brasis, chegando a regiões do país pouco valorizadas pelo jornalismo. Entretanto, a diretora de jornalismo afirmou que a emissora enfrenta muitas dificuldades para conseguir chegar às diferentes regiões. A TV Brasil tem equipes em Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo e São Luís e nos outros lugares, ela depende de emissoras públicas parceiras. Nereide explica que o programa “Caminhos da Reportagem”, por exemplo, é “bem nacional”, mas que os limites do orçamento para as viagens dificultam a cobertura de outros locais do Brasil pelo jornalismo diário. Além disso, ela cita o fato de todas as emissoras contarem com um helicóptero, enquanto a TV Brasil não tem esse recurso, o que dificulta a mobilidade e impede as imagens aéreas. Mas, ela reconhece a necessidade de cobrir outras partes do Brasil, fora do eixo Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro: “mesmo com toda a dificuldade de viajar, a gente tenta ir para Norte, Nordeste, Centro-Oeste, que não são áreas tão cobertas. A gente sempre tenta dar no noticiário, nem que seja uma pessoa dessas regiões falando.” (BEIRÃO, 2013).

Assim como a TV Brasil, a TV Cultura também trabalha em conjunto com as emissoras públicas parceiras na cobertura de outros estados do país, além de contar com agências de notícia. Segundo o coordenador de jornalismo do canal, há dificuldades para chegar às diferentes regiões, por se tratar de uma empresa de São Paulo. “Mas a nossa luta

diária é conseguir ultrapassar essas barreiras que temos, os entraves, e chegar a todo canto do Brasil.” (CRISTOFANILLI, 2013).

Sobre a cobertura internacional, a diretora de jornalismo da TV Brasil afirmou que há correspondentes em Buenos Aires, Bogotá e Lisboa. Até o início de 2013, havia um correspondente na África que não renovou o contrato com o canal e, até o momento da entrevista, não havia sido colocado um novo jornalista no continente. Nereide afirma que, no caso dos funcionários concursados, há restrições de viagem, pois funcionários públicos precisam de autorização da Secretaria de Comunicação da Presidência da República para fazer uma viagem internacional.

Segundo ela, a TV Brasil dá preferência à África e à América Latina como destinos dos correspondentes internacionais, porque são continentes ligados historicamente ao Brasil e mal cobertos pelas as outras emissoras. “Como o jornalismo da EBC tem esse noticiário complementar, diferente do que os outros dão, a gente está indo em áreas que não estão tão cobertas, tanto em temas como em localidades”, explicou (BEIRÃO, 2013). Para a cobertura de outras partes do mundo, há contrato com a agência de notícias Reuters. “Em Portugal, nós estamos porque um jornalista da Agência Brasil está fazendo um curso e fazendo correspondência durante o período. Mas a Europa não é uma prioridade”, afirmou Nereide (2013). Já a TV Cultura não tem correspondentes internacionais, utilizando-se apenas da agência de notícias Reuters.

5.5 DIVERSIDADE DE OPINIÕES

Os dois representantes do jornalismo das emissoras analisadas acreditam que os seus telejornais representam diversos pontos de vista nos debates de ideias. “A gente tenta o máximo mostrar todos os pontos de vista no telejornal. Ser bem imparcial e ter sempre os dois lados nas matérias, reportagens e comentários”, defendeu Cristofanilli (2013). Nereide também afirmou que o tratamento dos temas é feito a partir de mais de um ponto de vista, levando em conta os diferentes lados. “Não tratamos de um lado só não. Sempre tentamos ter, quando é entrevista, quando é de opinião, os dois lados no debate”, afirmou (BEIRÃO, 2013).

A discussão de ideias é, inclusive, uma das propostas do telejornalismo da TV Cultura. O presidente do Conselho Curador da TV Cultura, Belisário dos Santos Jr., defendeu que o jornalismo do canal é baseado em análises e compreensões dos acontecimentos. Segundo ele, o canal não tem como competir com as televisões comerciais, como a Globo, em termos de estrutura material na cobertura dos fatos. Assim, investe-se mais no viés analítico e de debate, embora a TV Cultura também tenha se destacado por apresentar pela primeira vez algumas questões, afirmou Belisário (2013).

Sobre o protagonismo dos cidadãos e comunidades nas notícias, Cristofanilli defendeu que no Jornal da Cultura há essa priorização sem, no entanto, discutir mais profundamente o assunto. Já Nereide afirmou que há a tentativa, mas o objetivo nem sempre é alcançado. “Nós tentamos na pauta e na construção da pauta, mas nem sempre conseguimos ouvir pessoas, ter um personagem. Não deixamos de dar a notícia por não ter uma pessoa, um cidadão que é protagonista. Mas sempre tentamos ter bastante gente”, explicou. (BEIRÃO, 2013).

5.6 COBERTURA POLÍTICA

A diretora de jornalismo da TV Brasil explica que, na cobertura política do canal, há uma busca por não tratar o Congresso com preconceito, como muitas pessoas fazem. Segundo ela, no RB, há a preocupação de cobrir as propostas do Congresso desde a votação, quando elas ainda estão na Comissão, sendo discutidas, e não, somente quando elas são aprovadas como fazem as TVs privadas.

Outro esforço do jornalismo da emissora, segundo Nereide, é tentar diversificar os políticos que aparecem no telejornal. “Mas isso, eu te confesso, que é muito difícil. As pessoas que estão no Congresso vão na mesma pessoa. Normalmente, os líderes. Aí, o repórter ou produtora que estão lá com a equipe, ficam inseguros de ignorar aquilo e gravar com outro”, explicou (BEIRÃO, 2013).

Além disso, de acordo com Nereide, a cobertura política do telejornalismo da TV Brasil privilegia a política pública. “A política é tratada com esse foco mais pensando no que interessa o cidadão, as coisas do Congresso, porque isso que influencia muito na vida de todos”, afirmou. Ela explicou que se evita a cobertura da disputa partidária¹²:

Não vejo muito sentido em termos discussão política partidária no telejornal. Não é questão de linha editorial, é porque não tem muito sentido, uma pessoa defendendo o PSDB ou o PT. A gente trata mais a política pública, isso a gente discute muito – a questão da saúde, da mobilidade, da segurança. (BEIRÃO, 2013).

Sobre a impressão de governismo que, eventualmente, possa ser colocada, Nereide afirma que isso ocorre porque algumas informações do governo federal não são

¹² As entrevistas foram realizadas em agosto de 2013, em um período onde as manifestações que eclodiram no país ainda estavam sendo discutidas. Entre os discursos apresentados nas manifestações, está a negação da representatividade dos partidos políticos. A partir disso, pode-se entender o contexto de fala da diretora de jornalismo da TV Brasil, Nereide Beirão, ao defender que a política partidária seja sem sentido.

tratadas pela empresa privada, enquanto a TV Brasil as aborda por considerar que são notícias importantes para os cidadãos. “Mas é porque, nesse caso, estamos sem preconceito, aí depois a gente vai cobrar. A gente mostra as coisas, porque a gente acha que as pessoas têm que saber que tem essa campanha e como elas podem se beneficiar disso”, afirmou (BEIRÃO, 2013).

Já na TV Cultura, Cristofanilli defendeu que a cobertura de política é feita como notícia do dia-a-dia. “A gente cobre o governo paulista... prefeitura, governador e presidente. E tudo com o mesmo direcionamento”, afirmou (CRISTOFANILLI, 2013). Segundo ele, a discussão política é feita quando há algum tema de política nacional em debate. “Agora, se estiver em um momento que não tenha nada relevante também não tem essa discussão política. Vai de acordo com a pauta do dia e a pauta nacional”, explicou. (CRISTOFANILLI, 2013).

5.7 AUTONOMIA

Em relação à autonomia das emissoras, o integrante do Conselho Curador da TV Brasil apresentou uma postura mais crítica do que o presidente do Conselho da TV Cultura, que se comportou de forma mais defensiva. Segundo Murilo Ramos, da TV Brasil, no estatuto da emissora, ela tem autonomia na produção dos programas; mas, na prática, ele afirma que “pode haver ainda algum tipo de interferência, mesmo que mínima, do poder executivo no jornalismo. Este é um tema de permanente preocupação para o Conselho Curador” (RAMOS, 2013). Apesar disso, ele afirma que não há nenhuma forma de consulta prévia a órgãos estatais que seja do conhecimento do Conselho Curador.

Por outro lado, a diretora de jornalismo da TV Brasil afirmou que o único organismo que opina sobre algo relacionado à programação ou ao jornalismo da TV Brasil é o Conselho Curador. “Então, a programação se discute, mas só por pessoas da própria EBC. Não tem nenhuma ingerência, nenhum envolvimento de governo. Tem autonomia mesmo. Temos o manual de jornalismo e o que está lá, de autonomia e independência, é o que é”, explicou Nereide (2013).

Murilo Ramos ainda fez críticas ao processo de escolha dos dirigentes, feito pelo poder executivo. “No meu entendimento, a escolha do Presidente Executivo e do Diretor Geral, que hoje é feita monocraticamente pela Presidência da República, deveria passar por um processo mais amplo; no mínimo, deveria haver algum tipo de mediação pelo Conselho Curador” (RAMOS, 2013).

Já o presidente do Conselho Curador da TV Cultura, afirmou que a autonomia é total e que não há nenhuma denúncia recente de censura na emissora. Ele explicou que o único tipo de consulta a órgãos estatais diz respeito ao uso do dinheiro público, no que se refere à permissão de usar a verba para determinada despesa; mas afirmou que não há nenhum tipo de consulta sobre a programação e nenhuma ingerência. O coordenador de jornalismo da TV Cultura também destacou que o governo estadual não interfere de nenhuma forma no jornalismo e nem na programação da TV Cultura.

Sobre a escolha dos dirigentes da emissora, Belisário do Conselho, explicou que é feita por voto dos conselheiros e que, na última eleição, houve debates entre quaisquer pessoas que quisessem ser candidatas a presidente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um país cujo sistema de comunicação é marcado por uma forte concentração dos meios nas mãos de poucos empresários e cujo modelo hegemônico de radiodifusão permanece sendo o comercial, defender uma televisão pública, que de fato se comporte como uma alternativa e tenha independência efetiva, é um grande desafio e uma condição para a democratização da comunicação e o fortalecimento do sistema democrático como um todo.

Assim, nos importa aqui a discussão de como a TV Brasil e a TV Cultura podem desenvolver suas estruturas de gestão e financiamento para manter a independência, ou como seus telejornais podem se aperfeiçoar cumprindo o objetivo de diferenciação e de defesa do interesse público.

Como o próprio integrante do Conselho Curador da TV Brasil, Murilo Ramos, afirmou, a TV Brasil e o próprio Conselho, criados em 2007, ainda precisam aprender a melhor forma de funcionarem e representarem a sociedade. Compreendendo esta necessidade, foram feitas, inclusive, parcerias com universidades a fim de avaliar os conteúdos produzidos pela emissora, sendo que no âmbito do grupo de pesquisa em Jornalismo, Imagem e Representação, da Universidade Federal de Juiz de Fora, se desenvolveram as análises sobre o telejornalismo da TV Brasil. Este trabalho é um dos frutos deste projeto de pesquisa, realizado desde 2010.

Se por um lado a TV Brasil ainda está em fase de desenvolvimento e aprendizado, a TV Cultura, com quase 45 anos de existência, já se estabeleceu como uma referência, mas ainda assim, necessita de discussões para que a sua estrutura de funcionamento e o seu telejornalismo se aperfeiçoem e garantam o cumprimento do papel público. O jornalismo como um todo, independente do veículo, passa por um momento de transformação e

reavaliação, e a TV Cultura, principalmente por se tratar de um canal público, também se insere neste contexto.

Quanto à estrutura de funcionamento das duas empresas, percebemos algumas brechas que colocam em questionamento a independência em relação aos governos e ao mercado de ambas as televisões. No caso da TV Brasil, a gerência feita pela EBC, que também realiza produções para a Secretaria de Comunicação do governo federal, causa discussões sobre a mistura de atribuições estatais e públicas. Além disso, a nomeação dos dirigentes feita pelo Poder Executivo gera críticas, inclusive, de um dos integrantes do Conselho Curador, entrevistado ao longo da realização desse trabalho, o professor Murilo Ramos.

Embora também haja questionamentos sobre o modelo de financiamento feito a partir de repasse de verba do governo federal, no caso da TV Brasil, e do governo estadual, na TV Cultura, o que poderia limitar a independência dos veículos, é praticamente inviável adotar uma lógica como a da BBC, por exemplo. Cobrar uma taxa dos cidadãos para que eles tenham acesso ao canal, inviabilizaria as TVs, já que grande parte da população está acostumada com canais abertos, que oferecem o modelo de programação já consolidado no imaginário social.

Porém, as duas emissoras de televisão encontram ainda outras formas de financiamento que podem permitir uma complementação de verbas, já que são permitidos patrocínios, publicidades institucionais, entre outras formas já citadas. É nesse sentido que se colocam alguns questionamentos acerca da independência da TV Cultura em relação ao mercado, já que parcerias com veículos privados foram apontadas, por jornalistas como Alberto Dines, como um risco ao caráter não comercial da emissora. Outra crítica feita à estrutura de financiamento da TV Cultura, pela jornalista Teresa Montero Otondo, é a

indefinição do montante de verba repassado pelo governo estadual, o que limitaria a liberdade em relação a este.

Nesses contextos, insere-se a figura do Conselho Curador, que exerce uma função de fiscalizador e tem o papel de garantir que o compromisso público seja cumprido nas duas televisões. No caso da TV Cultura, são consideradas limitações no papel do Conselho devido à sua composição, com membros vitalícios e muitos representantes de setores do governo estadual.

Desta maneira, verificam-se brechas na estrutura de financiamento, gerência e fiscalização das duas empresas que podem, ainda que minimamente, influenciar no conteúdo produzido e veiculado. Ainda assim, os representantes do jornalismo nas duas emissoras que foram entrevistados para este trabalho, afirmaram a total autonomia das emissoras e a inexistência de ingerências dos governos. Apenas o membro do Conselho Curador da TV Brasil, Murilo Ramos, considerou a possibilidade de alguma interferência do poder executivo, ainda que mínima. Por isso, foram feitas análises quantitativas e também qualitativas, a fim de possibilitar uma reflexão mais aprofundada não apenas sobre a independência política do jornalismo, como sobre em que medida o telejornal se diferencia dos noticiários comerciais, em termos de diversidade.

Quanto à cobertura política dos telejornais, observou-se que o governo federal obteve mais espaço no Repórter Brasil, enquanto o governo estadual de São Paulo ganhou mais visibilidade no Jornal da Cultura. Além disso, o viés predominante em relação ao governo federal foi positivo no RB e negativo no JC, enquanto todas as citações do governo estadual de São Paulo foram positivas no JC e negativas no RB – ainda que neste último, tenham sido apenas duas. Assim, verifica-se que, de fato, há uma tendência no tratamento dos governos – positiva ao governo federal no RB e positiva ao governo de São Paulo no JC –, o que, porém, não se constitui necessariamente como um governismo, já que, no caso do RB,

houve também críticas à presidente da república e nos comentários do JC, há espaço para discussões. Além disso, o período de análise, ainda que permita uma reflexão sobre o assunto, não é o suficiente para determinar o governismo de uma emissora.

A pouca visibilidade dos partidos políticos nos telejornais pode ser explicada, no caso do RB, pelo fato de que não é priorizada a cobertura da política partidária neste noticiário, como afirmado pela diretora de jornalismo Nereide Beirão. Ainda que a política pública possa ser uma prioridade, a política partidária não pode ser considerada pouco relevante para a cobertura, como defendido pela diretora. Muitas vezes, é a partir dos embates partidários que se demonstram as posições dos políticos e se explica a aprovação de determinadas medidas em detrimento de outras, além deles influenciarem as escolhas dos representantes políticos nas eleições. Esse silenciamento pode, inclusive, aparentar uma falta de discussão política, em uma tentativa de não exposição.

Enquanto as respostas da diretora de jornalismo da TV Brasil foram mais longas e com mais explicações, o que de certa forma deu mais oportunidade para críticas, as do coordenador de jornalismo da TV Cultura foram bem diretas e generalistas, dando pouco espaço para a reflexão. Mas, diferente do que foi apresentado por ele, na semana de análise, as coberturas do governo federal e do governo estadual não foram percebidas como tendo o mesmo direcionamento. Vale dizer que o integrante do Conselho Curador da TV Brasil também foi mais crítico em relação às questões colocadas, enquanto o presidente do Conselho da TV Cultura optou por uma postura mais defensiva.

Quanto à diversidade (de temas, formatos, fontes e lugares de foco ou origem das matérias) do jornalismo produzido pelos canais, foram observadas tentativas de se alcançar esse objetivo, tanto por meio das análises quanto pelas entrevistas. Porém, em muitas situações, as limitações financeiras e estruturais foram apresentadas pelos entrevistados como

uma dificuldade para a efetivação desta diversidade, principalmente, no que diz respeito à representação das diferentes regiões do país.

Sobre os temas, observou-se uma variedade de editorias tratadas pelos dois telejornais. Já em relação aos formatos, destaca-se a valorização dos comentários pelo Jornal da Cultura. Em alguns momentos, eles foram considerados desnecessários e excessivos, enquanto percebeu-se pouca produção de VTs próprios. Mas, de maneira geral, os comentários foram marca de uma diferenciação do noticiário da TV Cultura, promovendo análises críticas e reflexões mais aprofundadas sobre os assuntos, contribuindo, inclusive, para o cumprimento da proposta do telejornal de ser mais analítico.

Quanto à diversidade de fontes, percebe-se que, apesar dos populares terem sido maioria, não há uma grande diferenciação em relação ao tratamento dado ao cidadão comum pelas emissoras de exploração comercial. Os populares permanecem na posição de personagens, que ilustram o texto do repórter e aproximam os fatos dos telespectadores, ou em situações de povo fala. Poucas são as situações em que eles exercem uma função mais crítica e mais cidadã. Além disso, com presenças ainda inexpressivas, mais espaço deveria ser dado aos representantes da sociedade civil.

No tratamento do público como agente ativo da produção, destaca-se a iniciativa do Outro Olhar, no Repórter Brasil. Por outro lado, as tentativas do JC, apesar de serem válidas, se aproximam muito mais das estratégias de interatividade atualmente em voga no jornalismo tradicional, do que na formação de um espaço público de diálogo efetivo.

Essa presença dos cidadãos também permanece limitada no que diz respeito à participação nas decisões editoriais e orçamentárias, principalmente, pela dificuldade de se ter essa interação de forma representativa e articulada, como explicou Murilo Ramos. Muitas vezes, a participação é feita a partir de sugestões ou críticas, de uma maneira na qual o

público é tratado mais como consumidor do que cidadão, sem que haja nisso um julgamento de que não se deva enxergar o cidadão também na perspectiva de consumidor.

Por outro lado, vale destacar iniciativas das duas emissoras tanto no que diz respeito ao diálogo com a sociedade como às tentativas de estabelecer parâmetros mais claros e, de certa maneira, de oferecer mais transparência ao público. No caso da TV Brasil, tem-se as audiências públicas do Conselho Curador, o lançamento do “Manual de Jornalismo da EBC”, o papel exercido pela Ouvidoria e as parcerias com universidades. Já na TV Cultura, tem-se o Seminário realizado em fevereiro de 2013, que estabeleceu uma interlocução principalmente com profissionais e pesquisadores da área e a formulação da plataforma de diretrizes para o planejamento estratégico da Fundação Padre Anchieta.

Em síntese, o que se percebe é que há tentativas, tanto da TV Brasil quanto da TV Cultura, de oferecer um jornalismo diferenciado, ainda que, em muitos momentos, o modelo adotado seja bastante próximo daquele utilizado pelas emissoras comerciais. A consciência da dificuldade em competir tecnicamente com as TVs comerciais no jornalismo factual possibilitou que a TV Cultura estabelecesse como missão a oferta de um modelo de jornalismo mais analítico e, portanto, diferenciado, o qual em certa medida é conquistado na prática pela emissora. Já, a TV Brasil, talvez devesse “radicalizar” a diferenciação esquecendo as estruturas estabelecidas pelas emissoras comerciais e aproveitando melhor suas potencialidades.

Por outro lado, destaca-se as iniciativas mais efetivas de diálogo com a sociedade feitas pela TV Brasil e a postura menos defensiva de seus representantes, que se colocaram em posições críticas acerca dos questionamentos, demonstrando uma abertura à participação. Enquanto isso, os representantes da TV Cultura apresentaram uma postura de defesa da empresa, o que também é válido, mas que pode em certa medida limitar a recepção de críticas vindas de fora da emissora.

Por fim, espera-se que as discussões acerca do (tele) jornalismo público sejam ampliadas a fim de que as estruturas de funcionamento das TVs se desenvolvam e o seu telejornalismo se consolide como representativo da sociedade, atingindo assim de forma efetiva o seu papel público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Itamar. **TV Brasil**: algo novo no ar. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012.

ANCINE. **Informe de Acompanhamento de Mercado – TV Aberta**. 2012. Disponível em: http://oca.ancine.gov.br/rel_programastv.htm>. Acesso em: 20 mai. 2013.

BEIRÃO, Nereide. **Nereide Beirão**: entrevista telefônica [ago. 2013]. Entrevistadora: Allana Meirelles Vieira. Juiz de Fora, 2013.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: http://www6.senado.gov.br/con1988/CON1988_19.12.2006/CON1988.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2012.

_____. Decreto-Lei nº 6.689, de 11 de dezembro de 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6689.htm>. Acesso em: 20 jun. 2013.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer televisão pública no Brasil? **NOVOS ESTUDOS**: revista da CEBRAP, São Paulo, n.88, p.5-18, nov. 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002010000300001&script=sci_arttext>. Acesso em: 20 jun. 2013.

_____; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea**. Unesco, 2012.

CARTA, Mino. A TV Cultura não é pública. Ela é tucana. **Observatório da Imprensa**, 20 mar. 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed686_a_tv_cultura_nao_e_publica_ela_e_tucana#>. Acesso em: 20 jul. 2013.

CONSELHO CURADOR EBC. Disponível em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/conselho-curador>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

COSTA, Renata. Qual é a trajetória das TVs Públicas no Brasil? **Revista Escola**, 2009. Disponível em: <http://revistaescola.abril.com.br/historia/fundamentos/qual-trajetoria-tvs-publicas-brasil-499282.shtml>>. Acesso em: 27 jul. 2013.

COUTINHO, Iluska. Do telejornalismo público como um direito: A oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças. INTERCOM SUDESTE, 2013, Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: Unesp, 2013. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/index.htm>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

_____. **Dramaturgia no Telejornalismo** - a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

_____. (Coord.). **Avaliação do Telejornalismo da TV Brasil**: Relatório Final. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.

_____. **Notícias em Televisão:** material didático (apostila). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2004.

_____. **Dramaturgia no telejornalismo brasileiro:** a estrutura narrativa das notícias em televisão. 2003. Tese de doutorado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2003.

_____; MEIRELLES, Allana. Análise do jornalismo da TV Brasil: Uma avaliação do cumprimento do papel público de uma emissora de televisão. In: IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL - MEDIA, JORNALISMO E DEMOCRACIA, 2012, Lisboa. **Anais eletrônicos...** Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo, 2012. Disponível em: <<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbmXuZWxz250cmFxdWluYXxneDo0OWUzZWZhYjVmNzJmOTQx>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

CRISTOFANILLI, Carlos. **Carlos Cristofanilli:** entrevista telefônica [ago. 2013]. Entrevistadora: Allana Meirelles Vieira. Juiz de Fora, 2013.

DINES, Alberto. Folha, TV Cultura e as más notícias. **Observatório da Imprensa**, ed. 685, 14 mar. 2012. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/lt_i_gt_folha_lt_i_gt_tv_cultura_e_a_s_mas_noticias>. Acesso em: 20 jul. 2013.

EBC. Sobre a EBC. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc>>. Acesso em: 06 mai. 2013.

_____. Veículos da EBC: TV Brasil. 2012. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/veiculos-da-ebc/2012/09/tv-brasil>>. Acesso em: 7 mai. 2013.

ESTATUTO FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. 2009. Disponível em: <www2.tvcultura.com.br/fpa/institucional/estatuto-fpa.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2013.

FAHMY, Shariha. Emerging Alternatives or Traditional News Gates: Which News Sources were used to Picture 9/11 Attack and the Afghan War? **Gazette: The International Journal for Communication Studies**, out. 2005.

FIDALGO, Joaquim. **De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão?** Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – Universidade do Minho, 2003.

FORT, Mônica Cristine. **Televisão Educativa: a responsabilidade pública e as preferências do espectador.** São Paulo: Annablume, 2005.

FPA. Disponível em: <<http://www2.tvcultura.com.br/fpa/>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

FUENZALIDA, Valerio. Programação: por uma televisão pública para a América Latina. In: RINCÓN, Omar. **Televisão pública:** do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002, p.155-200.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspaper. **Journal of Peace Research**, Oslo, mar. 1965, 64-90.

INTERVOZES. **Direito Humano à Comunicação**. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/copy_of_destaque-4/>. Acesso em: 20 jul.2013.

JESUS, Jemima Bispo; BARA, Gilze. As Considerações do Jornalista Vladimir Herzog para a TV Cultura em 1975. In: XVII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2012, Ouro Preto. **Anais eletrônicos...** Ouro Preto: UFOP, 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0150-1.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

JORNAL DA CULTURA. Disponível em: <<http://tvcultura.cmais.com.br/jornaldacultura>>. Acessos em: abril 2013.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. TV Pública. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 153- 165.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Chaves do debate: televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: RINCÓN, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002, p.41-79.

MEIRELLES, Allana; COUTINHO, Iluska. **A edição do telejornalismo público** – uma análise do Repórter Brasil. SEMINÁRIO INTERNACIONAL ANÁLISE DE TELEJORNALISMO: DESAFIOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS, 2011, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2011.

MEMÓRIA EBC. TV pública no Mundo. Disponível em: <<http://memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo/>>. Acesso em: 30/07/2013.

MENDONÇA, Ricardo. A emissora que fala sozinha - Prestes a completar quatro anos e com orçamento de R\$ 450 milhões, a TV Brasil tem audiência pífia e confunde serviço público com interesses do governo. **Revista Época**, 21 out. 2011. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/tempo/noticia/2011/10/emissora-que-fala-sozinha.html>>. Acesso em: 06 mai. 2013.

OTONDO, Tereza Montero. Experiência: TV Cultura: a diferença que importa. In: RINCÓN, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002, p.267-301.

_____. TV Cultura: a crise de um paradigma. In: _____. **Televisão Pública: para quem e para quê?** São Paulo: Annablume, 2012, p. 237-264.

PINTO, Manuel. Serviço público – uma perspectiva. In: _____(Coord.). **Televisão e Cidadania. Contributos para o debate sobre o serviço público**. Porto: Campo das Letras, 2005, p.11-59.

PORTAL BRASIL. **Censo 2010**: cai taxa de analfabetismo no País. 2011. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/11/16/censo-2010-cai-taxa-de-analfabetismo-no-pais>>. Acesso em: 01 ago. 2013.

PORTALES, Diego. Televisão pública na América Latina: crises e oportunidades. In: RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002, p.119-153.

RAMOS, Murilo. **Murilo César Oliveira Ramos**: entrevista via e-mail [ago. 2013]. Entrevistadora: Allana Meirelles Vieira. Juiz de Fora, 2013.

REPÓRTER BRASIL. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil>>. Acessos em: abril de 2013.

RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.

ROCHA, Liana Vidigal. A história da TV Cultura em quatro fases: de 1969 a 2006. I ENCONTRO DE HISTÓRIA DA MÍDIA DA REGIÃO NORTE, 2010, Palmas. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/A%20historia%20da%20TV%20Cultura%20em%20quatro%20fases%20de%201969%20a%202006.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

SALLES, Marcelo. TV Brasil – Folha quer o fim da emissora. **Observatório da Imprensa**, ed. 548, 1 ago. 2009. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha_quer_o_fim_da_emissora>. Acesso em: 06 mai. 2013.

SANTOS JR., Belisário. **Belisário dos Santos Jr.**: entrevista telefônica [ago. 2013]. Entrevistadora: Allana Meirelles Vieira. Juiz de Fora, 2013.

SODRÉ, Bruno. **PBS – Um modelo de TV Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Televisão Pública e Democracia**. Observatório da Imprensa, 2008. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/televisao_publica_e_democracia>. Acesso em: 20 jul. 2013.

TV BRASIL. Disponível em: <<http://www.tvbrasil.org.br/sobreatv/>>. Acesso em: 06 mai. 2013.

TV CULTURA. Jornalismo na TV Cultura. 2013. Disponível em: <<http://cmais.com.br/jornalismo-na-tv-cultura>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

TV CULTURA: 40 ANOS. Disponível em: <<http://www3.tvcultura.com.br/40anos/institucional>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

UNESCO. **Brasil no rumo da inclusão**. Tecnologia, Informação e Inclusão. v.1, n.1, 2008. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001585/158502por.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2013.

WU, Denis. Homogeneity around the World? Comparing the Systemic Determinants of International News Flow between Developed and Developing Countries. **Gazette: International Journal for Communication Studies**, Baton Rouge, fev. 2003, p.9-24.

APÊNDICE

Apêndice 1 – Planilhas Sínteses

Apêndice 2 – Tabelas de Análises das Matérias

Apêndice 3 – Espelhos dos Telejornais

Apêndice 4 – Entrevista com Belisário dos Santos Jr.

Apêndice 5 – Entrevista com Carlos Cristofanilli

Apêndice 6 – Entrevista com Murilo César Oliveira Ramos

Apêndice 7 – Entrevista com Nereide Beirão