



**EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação e Informação

Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Pública

Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder



**TV BRASIL**

Projeto de Monitoramento e Análise de Conteúdo da  
Programação dos Veículos de Comunicação da  
Empresa Brasil de Comunicação - EBC - TV BRASIL

**PESQUISA SOBRE A PROGRAMAÇÃO DA TV BRASIL**

**Relatório Final 2014-2015**



## DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

**Universidade Federal do Rio Grande do Sul**

Reitor - Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor - Rui Vicente Oppermann

Pró-Reitora de Extensão - Sandra de Deus

**Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação**

Diretora - Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-Diretor - André Iribure Rodrigues

Coordenadora PPGCOM - Miriam Rossini

**Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação**

Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Pública

Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e  
Relações de Poder

**Comissão Coordenadora da Pesquisa - FABICO/ PPGCOM**

Prof. Dra. Maria Helena Weber - coordenadora

Prof. Dr. Rudimar Baldissera - vice-coordenador

Prof. Dra. Maria Berenice da Costa Machado

Prof. Dr. Sean Hagen

**Alunos de Pós-Graduação - PPG Comunicação e Informação**

Basílio Sartor (doutorando)

Jean Felipe Rossato (mestrando)

Tiago Gautier Ferreira Borges (mestrando)

**Pesquisadores de Graduação - Curso de Comunicação Social**

*Habilitação em Jornalismo:*

Bruna Andrade. Jéssica Trisch. Júlia Burg. Juliano Antunes

*Habilitação em Relações Públicas:*

Cláudia Diniz. Lisiane Perfeito. Yago do Nascimento

*Habilitação em Propaganda/ Publicidade*

Flahane Roza

# CARACTERÍSTICAS DO PROJETO

- ❑ Período de desenvolvimento  
1º. março 2014 a 28 fevereiro 2015
- ❑ Convênio de Cooperação  
Valor de R\$ 291.360,00
- ❑ Processo UFRGS no 23078.041128/2013  
58
- ❑ Equipe de trabalho  
15 pessoas (professores e estudantes de pós-graduação e graduação)

## HISTÓRICO DA PESQUISA

- ❑ *Formulação de proposta* em resposta ao ofício 210/2013/OUVIDORIA, de 4 de outubro de 2013.
- ❑ *Aprovação do projeto* enviado pela FABICO/UFRGS e celebração do Termo de Cooperação, em dezembro de 2013
- ❑ *Pedido de aditamento aprovado*, visando a alteração do período de pesquisa considerando, considerando problemas de “acesso aos conteúdos”, aprovado em 31.12.2014.
- ❑ *Organização* de espaço físico com equipamentos, mobiliário e materiais, no prédio da FABICO.
- ❑ *Seleção de Bolsistas* obedecendo ao quadro de distribuição de bolsas para graduação e pós-graduação.
- ❑ *Planejamento* do desenvolvimento da Pesquisa
- ❑ Realização de 4 *reuniões* em Brasília e Porto Alegre, entre coordenadores, participantes da pesquisa e Ouvidoria.
- ❑ Realização de *Seminário* sobre a Programação da TV BRASIL, em dezembro de 2014, com a participação de analistas convidados.



## OBJETIVOS DO PROJETO

- ❑ Atender aos objetivos do Projeto da EBC sobre o desenvolvimento do monitoramento e análise de conteúdo da programação dos seus veículos, em cooperação desenvolvida entre instituições de ensino e pesquisa visando a “produção da análise crítica da Ouvidoria”, de acordo com a Lei 11.652, de 7/4/2008 que instituiu os serviços da Radiodifusão Pública e criou a Empresa Brasil de Comunicação.
- ❑ Ampliar os resultados de pesquisas no campo da Comunicação Pública e Comunicação Política.
- ❑ Formular sistema de análise com quadro abrangendo indicadores vinculados aos conceitos de Comunicação Pública e aos princípios da Radiodifusão Pública (Art. 3º da Lei 11.652/08);
- ❑ Analisar a programação da TV BRASIL a partir de indicadores e métricas definidas pelo sistema de análise sobre Comunicação Pública;
- ❑ Desenvolver atividades de monitoramento da programação completa da TV BRASIL;
- ❑ Desenvolver atividades de análise da programação da TV BRASIL, a partir do monitoramento realizado;
- ❑ Elaborar e remeter à Ouvidoria EBC, relatórios semanais, mensais e bimestrais sobre a programação da TV BRASIL;
- ❑ Ampliar os debates e a produção intelectual sobre Comunicação Pública;
- ❑ Contribuir para a qualificação dos conteúdos e respectivos formatos veiculados pelos sistemas de radiodifusão pública;
- ❑ Contribuir para a qualificação e atividades da Ouvidoria da EBC.

# METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

- ❑ Recuperação da bibliografia básica sobre a radiodifusão pública, comunicação pública e televisão pública.
- ❑ Operacionalização da metodologia Análise de Conteúdo
- ❑ Criação de Sistema para captura, classificação e tabulação da programação
- ❑ Definição de procedimentos de análise para contemplar:
  - conceitos (democracia, cidadania, comunicação pública e radiodifusão pública)
  - qualidade técnica da programação
  - abordagem dos temas
  - relação entre programas, temáticas e conceitos
- ❑ Definição e adaptação do corpus de pesquisa
- ❑ Classificação das informações em tabelas específicas.
- ❑ Análise e debate sobre os resultados
- ❑ Formulação de relatórios semanais, mensais, bimestrais e semestrais.

# DEFINIÇÃO DO CORPUS & MATERIAL DE PESQUISA:

DENOMINAÇÃO DA TV BRASIL	DENOMINAÇÃO DA PESQUISA UFRGS/EBC
INFORMAÇÃO	• JORNALISMO
INFANTIL	• INFANTIL
CONHECIMENTO	• ENTRETENIMENTO • INFORMAÇÃO
ARTE	• ENTRETENIMENTO • INFORMAÇÃO
ESPORTE	• ENTRETENIMENTO • INFORMAÇÃO • ESPECIAIS • PUBLICIDADE



“Resistir é  
preciso...”

# DEFINIÇÃO DO CORPUS & MATERIAL DE PESQUISA

## M A P - Módulo de Análise da Programação

**1 MAP JORNALISMO**

**2 MAP INFANTIL**

**3 MAP ENTRETENIMENTO**

**4 MAP INFORMAÇÃO**

**5 MAP ENTRETENIMENTO**

**6 MAP ESPECIAIS**

**7 MAP PUBLICIDADE**





## JORNALISMO



Telejornais  
Grande reportagens  
Entrevistas  
Outro

## INFORMAÇÃO

- Aulas
- Debates
- Documentário
- Entrevistas
- Outro

Dramaturgia  
Esportes  
Filmes  
Shows/ espetáculos  
Outro

## ENTRETENIMENTO

Animação  
Dramaturgia  
Filmes  
Programas em Estúdio  
Outro

## INFANTIL

## ESPECIAL

- Eventos de transmissão contínua
- Rituais/cerimônias
- Temas Especiais
- Outro

## PUBLICIDADE

- Campanha pública
- Institucional
- Chamadas
- Merchandising
- Apoio/patrocínio
- Propaganda política
- Publicidade Institucional

# TOTALIZAÇÕES

## JORNALISMO

- Programas - 03
- Edições - 86 edições
- Tempo - 4.120 minutos

## INFORMAÇÃO

- Programas - 15
- Edições - 168 edições
- Tempo - 8.257 minutos

## ENTRETENIMENTO

- Programas - 05
- Edições - 47 edições
- Tempo - 1.836 minutos
- Filmes - 85

## INFANTIL

- Programas - 02
- Programação infantil
- Edições - 29 edições
- Tempo - 435 minutos

## ESPECIAIS

- Programas - 04
- Edições - 29 edições
- Tempo - 868 minutos
- Matéria Especial - 55 matérias (Eleições)

## PUBLICIDADE

- Peças Publicitárias - 394
- Edições - 15 edições
- Intervalos - 89 intervalos

# PRODUTOS DA PESQUISA

□ **73 relatórios = 1273 páginas**

- **Relatórios Semanais (RS) - 52 relatórios**
- **Relatórios Mensais (RM) - 12 relatórios**
- **Relatórios Bimestrais (RB) - 6 relatórios**
- **Relatórios Semestrais (RT) - 2 relatórios**
- **Relatório Final: 1 relato anual**



# DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA



- ❑ Escolha aleatória de programas
- ❑ Escolha de programas representativos dos MAP
- ❑ Escolha de programas disponíveis e acessíveis
- ❑ Escolha de programas representativos do MAP, em quantidades que permitiram aprofundamento da análise
- ❑ Período de análise abrangente e independente da semana correspondente
- ❑ Classificação do programa no sistema
- ❑ Tabulação das informações e análise do Programa
- ❑ Análise crítica e debate sobre os resultados
- ❑ Elaboração de relatórios



# ROTEIRO DE ANÁLISE DOS PROGRAMAS

## ❑ REGISTRO DO PROGRAMA NO SISTEMA MAP

- Captura e gravação do programa
- Descrição
- Registro dos TEMAS bordados
- Registro das VOZES e FONTES
- Registro das informações TÉCNICAS

## ❑ CLASSIFICAÇÃO DOS PROGRAMAS

- Abordagem dos temas
- Abordagem das vozes e fontes
- Abordagem de questões técnicas e estéticas

## ❑ ANÁLISE DOS PROGRAMAS

- Cruzamento das informações classificadas
- Indicação de aspectos favoráveis e desfavoráveis
- Identificação do Programa com os princípios:
  - da Comunicação Pública
  - da Radiodifusão Pública
  - Da TV Brasil

# INDICADORES DE QUALIDADE DA TV PÚBLICA



## TEMAS

Conteúdos abordados

Temas de Interesse Público

Temas Gerais

## TÉCNICA E ESTÉTICA

Qualidade Técnica

Qualidade Estética

Edição de Imagem

Edição de Som

Cenário

Produção

Ates e Grafismos

Figurinos

## APRESENTADORES E MEDIADORES

Relacionamento

Domínio de temas

Aparência

# INDICADORES DE QUALIDADE DA TV PÚBLICA

## CONTÊÚDOS



## TEMAS

- Arte e Cultura
- Cidadania
- Cidades
- Ciência & Tecnologia
- Ciências Sociais e Humanas
- Comportamento
- Comunicação
- Economia
- Educação
- Esoterismo / Religião
- Esportes
- Fatos Excepcionais
- Infraestrutura
- Meio Ambiente
- Política
- Saúde
- Segurança
- Tragédias
- Turismo
- Outros

# INDICADORES DE QUALIDADE DA TV PÚBLICA

## CONTÉÚDOS TEMAS DE INTERESSE PÚBLICO

Abordar temas de de relevância nacional . Abordar temas de relevância Internacional. Oferecer mecanismos para debate público . Promover a Cidadania . Desenvolver a consciência crítica do cidadão. Desenvolver programação educativa promotora de cidadania. Desenvolver programação artística promotora de cidadania. Desenvolver programação cultural promotora de cidadania. Desenvolver programação informativa promotora de cidadania. Desenvolver programação científica promotora de cidadania. Fomentar a construção da cidadania. Fomentar a consolidação da democracia . Fomentar a a participação na sociedade. Garantir o direito à informação. Garantir o direito à livre expressão do pensamento . Garantir o direito à criação . Garantir o direito à comunicação. Cooperar com os processos educacionais . cooperar com os processos de formação do cidadão. Apoiar processos de inclusão social . Apoiar processos de socialização da produção de conhecimento. Garantir espaços para exibição de produções regionais . garantir espaços para exibição de produções independentes. Buscar excelência em conteúdos . Buscar excelência em linguagens. Desenvolver formatos criativos e inovadores. Constituir centro de inovação e formação de talentos. Competir pelo aumento da audiência sem alterar a programação. Promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional. Estimular a produção e garantir a veiculação. Inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos . Estimular a produção e garantir a veiculação de conteúdos interativos, especialmente, aqueles voltados para serviços públicos.



# INDICADORES DE QUALIDADE DA TV PÚBLICA

## CONTEÚDOS

## VOZES E FONTES

Cidadãos

Especialistas

Governo Federal

Governo Estadual

Comentaristas

Governos Internacionais

Associações e Federações

Instituições de Ensino e Pesquisa

Autarquias

Empresários/Executivos

Ongs

Profissionais da Educação

Profissionais da Saúde

Profissional do Esporte

Artistas e Escritores

Entidades de Classe

Forças de Segurança

Governo Municipal

Judiciário

Movimentos Sociais

Organismos Internacionais

Profissionais da Comunicação

Celebridades

Legislativo Federal

Líderes de Religiões e Crenças

Outra

# INDICADORES DE QUALIDADE DA TV PÚBLICA

## TÉCNICA & ESTÉTICA (produção)

EDIÇÃO DE IMAGEM	EDIÇÃO DE SOM	CENÁRIO	ARTES GRAFISMOS	FIGURINO
<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Brilho adequado</li><li>◦ Conservadora</li><li>◦ Contraste adequado</li><li>◦ Cor adequada</li><li>◦ Criatividade</li><li>◦ Efeitos especiais</li><li>◦ Encadeamento adequado</li><li>◦ Falhas Técnica</li><li>◦ Lentidão</li><li>◦ Nitidez</li><li>◦ Problemas</li><li>◦ Rapidez</li><li>◦ Outros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Abafado</li><li>◦ Adequação</li><li>◦ Agudo</li><li>◦ Alto</li><li>◦ Baixo</li><li>◦ Efeitos especiais</li><li>◦ Falhas técnicas</li><li>◦ Ruídos</li><li>◦ Sonorização adequada</li><li>◦ Outros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Adequação</li><li>◦ Boa execução</li><li>◦ Criatividade</li><li>◦ Sofisticação</li><li>◦ Simplicidade</li><li>◦ Simplificação</li><li>◦ Iluminação adequada</li><li>◦ Outros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Criatividade e</li><li>◦ Clareza</li><li>◦ Gráficos adequados</li><li>◦ Grafia correta</li><li>◦ Sobriedade</li><li>◦ Exageros</li><li>◦ Outros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Adequado</li><li>◦ Sofisticado</li><li>◦ Simples</li><li>◦ Sóbrio</li><li>◦ Excessivo</li><li>◦ Outro</li></ul>

# INDICADORES DE QUALIDADE DA TV PÚBLICA

## TÉCNICA & ESTÉTICA (mediadores)

- Capacidade de atrair ou afastar o telespectador
- Postura
- Expressão facial, olhar, voz
- Mobilidade e gestualidade
- Segurança
- Autocontrole
- Domínio sobre assuntos e temas abordados
- Qualidade da relação com os entrevistados e/ou participantes
- Apresentação visual: conservador, diferenciado, adequado
- Figurino e maquiagem
- Outro



# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP - JORNALISMO

Relatório	Programas	Edições	Tempo
<b>RS 4</b>	Repórter Brasil (tarde + noite)	11	510
<b>RS 6</b>	Repórter Brasil (noite)	5	300
<b>RS10</b>	Repórter Brasil (tarde)	14	420
<b>RS13</b>	Caminhos da Reportagem	8	416
<b>RS18</b>	Repórter Brasil (noite)	9	260
<b>RS 19-</b>	Repórter Brasil (tarde)	6	180
<b>RS 32-</b>	Repórter Brasil (noite)	9	510
<b>RS 35</b>	Eleições	55 mat	138
<b>RS 42</b>	Caminhos da Reportagem	8	416
<b>RS 46</b>	Repórter Brasil (tarde + noite)	16	720
<b>10 relatórios</b>		<b>TOTAL</b> 55 matérias 86 edições	<b>4.120 min</b>



# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP - JORNALISMO - TEMAS

TEMAS DO JORNALISMO	PERCENTUAL	UNIDADES
CIDADANIA	74,6%	55
POLÍTICA	68,7%	51
SEGURANÇA	65,7%	49
ESPORTES	58,2%	43
ECONOMIA	49,3%	36
SAÚDE	47,8%	35
CIDADES	44,8%	33
ARTE E CULTURA	40,3%	30
INFRAESTRUTURA	37,3%	27
COMPORTAMENTO	35,8%	24
FATOS EXCEPCIONAIS	35,8%	24
EDUCAÇÃO	33,0%	24
CIÊNCIA & TECNOLOGIA	23,9%	17
MEIO AMBIENTE	23,9%	17
COMUNICAÇÃO	16,4%	12
COPA DO MUNDO	16,4%	12
OUTRO	16,4%	12
TURISMO	13,4%	10
ELEIÇÕES	13,4%	10
CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS	11,9%	8
TRAGÉDIAS	8,9%	6
ESOTERISMO / RELIGIÃO	7,5%	5

# MAP - JORNALISMO - VOZES

VOZES E FONTES DO JORNALISMO	%
CIDADÃOS	92,5%
ESPECIALISTAS	67,2%
GOVERNO FEDERAL	50,8%
COMENTARISTAS	47,8%
ARTISTAS E ESCRITORES	43,3%
FORÇAS DE SEGURANÇA	38,8%
PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO	38,8%
GOVERNOS INTERNACIONAIS	35,8%
INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA	31,3%
ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES	29,9%
GOVERNO ESTADUAL	28,4%
ONGs	28,4%
PROFISSIONAIS DA SAÚDE	28,4%
AUTARQUIAS	26,9%
EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS	26,9%

VOZES E FONTES DO JORNALISMO	%
JUDICIÁRIO	23,9%
MOVIMENTOS SOCIAIS	23,9%
PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO	22,4%
OUTROS	22,4%
LEGISLATIVO FEDERAL	17,9%
ORGANISMOS INTERNACIONAIS	17,9%
GOVERNO MUNICIPAL	16,4%
CELEBRIDADES	14,9%
PROFISSIONAL DO ESPORTE	14,9%
ENTIDADES DE CLASSE	13,4%
PARTIDOS POLÍTICOS	10,5%
LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS	7,5%
SINDICATOS	7,5%
CANDIDATOS POLÍTICOS	3,0%
LEGISLATIVO ESTADUAL	1,5%
LEGISLATIVO MUNICIPAL	1,5%



# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP

## INFORMAÇÃO

Relatório	Programas	Edições	Minutos
RS5	Sem Censura	05	450
RS9	VER TV	7	420
RS12	Programa Especial	16	480
RS16	Espaço Público	6	540
R20	Nova África	8	200
RS21	Sem Censura	8	720
RS23	Estúdio Móvel	8	208
RS24	Papo de Mãe	8	480
RS25	Programa Visual	15	225
RS28	Ser Saudável	8	240
RS29	Brasilianas.org	8	416
RS33	Observatório da Imprensa	8	480
RS36	Canções e exílio	8	188
RS37	Conhecendo Museus	8	208
RS39	Espaço Público	8	720
RS41	+ Direitos + Humanos	8	480
RS44	Sem Censura	8	600
RS45	Programa Especial	8	240
RS47	Ver TV	8	480
RS48	Retratos da Fé	7	182

# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP INFORMAÇÃO TEMAS

TEMAS	PERCENTUAL	UNIDADES
CIDADANIA	47,6%	80
COMPORTAMENTO	46,4%	78
ARTE E CULTURA	38,1%	64
SAÚDE	31,0%	52
POLÍTICA	23,8%	40
COMUNICAÇÃO	22,6%	38
EDUCAÇÃO	20,2%	34
CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS	17,3%	29
CIÊNCIA & TECNOLOGIA	15,5%	26
ESPORTES	13,1%	22
ECONOMIA	12,5%	21
INFRAESTRUTURA	11,3%	19
ESOTERISMO / RELIGIÃO	7,7%	13
MEIO AMBIENTE	7,7%	13
ELEIÇÕES	7,7%	13
OUTRO	7,7%	13
CIDADES	6,6%	11
SEGURANÇA	6,6%	11
TURISMO	4,2%	7
FATOS EXCEPCIONAIS	4,2%	7
COPA DO MUNDO	3,6%	6
TRAGÉDIAS	0,0%	0



# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP

## INFORMAÇÃO

## VOZES

VOZES E FONTES	%
CIDADÃOS	60,7%
ARTISTAS E ESCRITORES	39,3%
ESPECIALISTAS	37,5%
PROFISSIONAIS DA SAÚDE	24,4%
PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO	23,8%
PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO	23,2%
ONGs	22,0%
ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES	17,3%
INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA	13,1%
OUTROS	11,3%
EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS	10,7%
GOVERNO FEDERAL	10,1%
JUDICIÁRIO	7,1%
PROFISSIONAL DO ESPORTE	6,6%
AUTARQUIAS	6,0%
LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS	6,0%
MOVIMENTOS SOCIAIS	6,0%
ORGANISMOS INTERNACIONAIS	4,8%
GOVERNO ESTADUAL	4,2%
ENTIDADES DE CLASSE	3,0%



VOZES E FONTES	%
CELEBRIDADES	2,4%
COMENTARISTAS	2,4%
GOVERNO MUNICIPAL	2,4%
LEGISLATIVO FEDERAL	2,4%
SINDICATOS	2,4%
GOVERNOS INTERNACIONAIS	1,2%
LEGISLATIVO ESTADUAL	1,2%
FORÇAS DE SEGURANÇA	0,6%
LEGISLATIVO MUNICIPAL	0,6%
PARTIDOS POLÍTICOS	0,6%
CANDIDATOS POLÍTICOS	0,0%

# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP ENTRETENIMENTO

Relatório	Programas	Edições	Duração/ min
<b>RS7</b>	Aglomerado	7	420
<b>RS14</b>	Filmes	85	X
<b>RS22</b>	Samba na Gamboa	8	480
<b>RS26</b>	Paratodos	8	208
<b>RS38</b>	Windeck	8	320
<b>RS40</b>	Expedições	8	320
<b>RS43</b>	Arte do Artista	8	208
<b>7 RELATÓRIOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>85 filmes e 47 edições</b>	<b>1.836 min</b>



# RESULTADOS QUANTITATIVOS

MAP

ENTRETENIMENTO

TEMAS

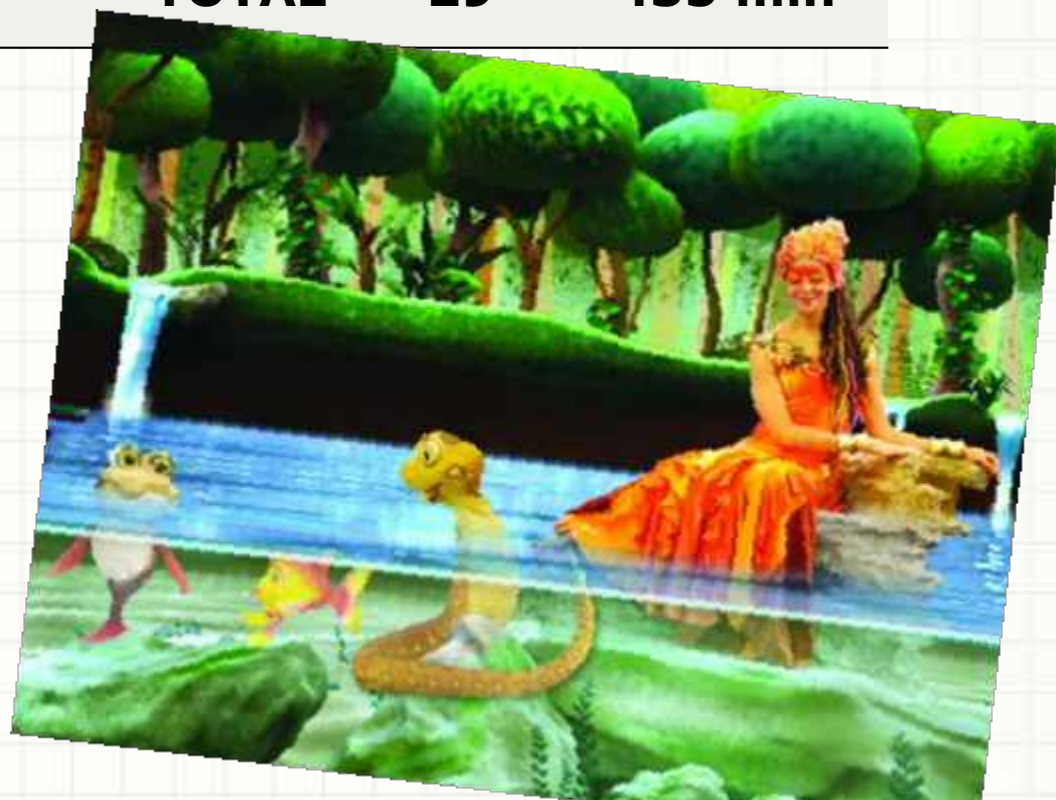
TEMAS	PERCENTUAL	UNIDADES
ARTE E CULTURA	69,2%	27
COMPORTAMENTO	28,2%	11
CIDADANIA	20,5%	8
MEIO AMBIENTE	18,0%	7
TURISMO	18,0%	7
ESPORTES	10,3%	4
COMUNICAÇÃO	7,7%	3
CIDADES	7,7%	3
CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS	5,1%	2
ECONOMIA	5,1%	2
EDUCAÇÃO	5,1%	2
POLÍTICA	5,1%	2
CIÊNCIA & TECNOLOGIA	2,6%	1
INFRAESTRUTURA	2,6%	1
SEGURANÇA	2,6%	1
ESOTERISMO / RELIGIÃO	0,0%	0
SAÚDE	0,0%	0
TRAGÉDIAS	0,0%	0
FATOS EXCEPCIONAIS	0,0%	0
ELEIÇÕES	0,0%	0
COPA DO MUNDO	0,0%	0
OUTRO	0,0%	0

**VOZES E FONTES****%****ARTISTAS E ESCRITORES 79,5%****CIDADÃOS 48,7%****ESPECIALISTAS 28,2%****OUTROS 15,4%****ONGs 12,8%****INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA 10,3%****PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO 7,7%****GOVERNO ESTADUAL 5,1%****ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES 2,6%****AUTARQUIAS 2,6%****CELEBRIDADES 2,6%****COMENTARISTAS 2,6%****GOVERNO FEDERAL 2,6%****PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO 2,6%****RESULTADOS QUANTITATIVOS****AP****ENTRETENIMENTO****VOZES****VOZES E FONTES****%****EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS 0,0%****ENTIDADES DE CLASSE 0,0%****FORÇAS DE SEGURANÇA 0,0%****GOVERNO MUNICIPAL 0,0%****GOVERNOS INTERNACIONAIS 0,0%****JUDICIÁRIO 0,0%****LEGISLATIVO FEDERAL 0,0%****LEGISLATIVO ESTADUAL 0,0%****LEGISLATIVO MUNICIPAL 0,0%****LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS 0,0%****MOVIMENTOS SOCIAIS 0,0%****ORGANISMOS INTERNACIONAIS 0,0%****PARTIDOS POLÍTICOS 0,0%****PROFISSIONAIS DA SAÚDE 0,0%****SINDICATOS 0,0%**



# RESULTADOS QUANTITATIVOS MAP *INFANTIL*

Relatório	Programas	Edições	Tempo
RS8	Igarapé Mágico	13	420
RS15	Teco Teco	16	240
RS49	Análise da programação	x	x
RS50	Análise da programação	x	x
<b>4 relatórios</b>		<b>TOTAL 29</b>	<b>435 min</b>





# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP INFANTIL TEMAS

TEMAS	PERCENTUAL	UNIDADES
ESOTERISMO / RELIGIÃO (MAGIA)	100,0%	7
CIÊNCIA & TECNOLOGIA	51,7%	15
ARTE E CULTURA	48,3%	14
COMPORTAMENTO	44,8%	13
MEIO AMBIENTE	41,4%	12
EDUCAÇÃO	20,7%	6
CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS	13,8%	4
TURISMO	10,3%	3
OUTRO	10,3%	3
COMUNICAÇÃO	6,9%	2
CIDADANIA	6,9%	2
CIDADES	6,9%	2
ESPORTES	6,9%	2
ECONOMIA	0,0%	0
INFRAESTRUTURA	0,0%	0
POLÍTICA	0,0%	0
SAÚDE	0,0%	0
SEGURANÇA	0,0%	0
TRAGÉDIAS	0,0%	0
FATOS EXCEPCIONAIS	0,0%	0
ELEIÇÕES	0,0%	0
COPA DO MUNDO	0,0%	0

# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP INFANTIL VOZES

VOZES E FONTES	PERCENTUAL
CIDADÃOS	48,3%
OUTROS	37,9%
ARTISTAS E ESCRITORES	34,5%
ESPECIALISTAS	13,8%
ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES	6,9%

VOZES E FONTES	PERCENTUAL
AUTARQUIAS	0,0%
CELEBRIDADES	0,0%
COMENTARISTAS	0,0%
EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS	0,0%
ENTIDADES DE CLASSE	0,0%
FORÇAS DE SEGURANÇA (Exército, Polícia)	0,0%
GOVERNO FEDERAL	0,0%
GOVERNO ESTADUAL	0,0%
GOVERNO MUNICIPAL	0,0%
GOVERNOS INTERNACIONAIS	0,0%
INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA	0,0%
JUDICIÁRIO	0,0%
LEGISLATIVO FEDERAL	0,0%
LEGISLATIVO ESTADUAL	0,0%
LEGISLATIVO MUNICIPAL	0,0%
LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS	0,0%
MOVIMENTOS SOCIAIS	0,0%
ONGs	0,0%
ORGANISMOS INTERNACIONAIS (Não Governam)	0,0%
PARTIDOS POLÍTICOS	0,0%
PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO	0,0%
PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO	0,0%
PROFISSIONAIS DA SAÚDE	0,0%
SINDICATOS	0,0%
CANDIDATOS POLÍTICOS	0,0%

# RESULTADOS QUANTITATIVOS MAP *ESPECIAL*

Relatório	Programas	Edições	Duração/min
RS17	Militares da democracia	5	260
RS27	Resistir é preciso	8	208
RS30	Sábados Azuis	8	192
RS31	Caçadores da Alma	8	208
<b>4 Relatórios</b>	<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>868 min</b>

# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP ESPECIAL TEMAS

TEMAS	PERCENTUAL	UNIDADES
CIDADANIA	55,2%	16
ARTE E CULTURA	51,7%	15
COMPORTAMENTO	34,5%	10
POLÍTICA	34,5%	10
COMUNICAÇÃO	27,6%	8
EDUCAÇÃO	20,7%	6
CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS	17,2%	5
ECONOMIA	17,2%	5
OUTRO	17,2%	5
CIÊNCIA & TECNOLOGIA	13,8%	4
INFRAESTRUTURA	10,3%	3
MEIO AMBIENTE	10,3%	3
FATOS EXCEPCIONAIS	10,3%	3
CIDADES	6,9%	2
SEGURANÇA	6,9%	2
ESOTERISMO / RELIGIÃO	3,5%	1
TURISMO	3,5%	1
ESPORTES	0,0%	0
SAÚDE	0,0%	0
TRAGÉDIAS	0,0%	0
ELEIÇÕES	0,0%	0
COPA DO MUNDO	0,0%	0

# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP ESPECIAL

### VOZES E FONTES

VOZES E FONTES	%
ARTISTAS E ESCRITORES	51,7%
CIDADÃOS	48,3%
PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO	41,4%
ESPECIALISTAS	31,0%
OUTROS	24,1%
MOVIMENTOS SOCIAIS	13,8%
ONGs	13,8%
ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES	10,4%
FORÇAS DE SEGURANÇA	10,3%
AUTARQUIAS	6,9%
COMENTARISTAS	6,9%
INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA	6,9%
PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO	6,9%
CELEBRIDADES	3,5%
EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS	3,5%
ENTIDADES DE CLASSE	3,5%
GOVERNO FEDERAL	3,5%
JUDICIÁRIO	3,5%
LEGISLATIVO FEDERAL	3,5%
PARTIDOS POLÍTICOS	3,5%
SINDICATOS	3,5%
CANDIDATOS POLÍTICOS	3,5%



VOZES E FONTES	%
GOVERNO ESTADUAL	0,0%
GOVERNO MUNICIPAL	0,0%
GOVERNOS INTERNACIONAIS	0,0%
LEGISLATIVO ESTADUAL	0,0%
LEGISLATIVO MUNICIPAL	0,0%
LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS	0,0%
ORGANISMOS INTERNACIONAIS	0,0%
PROFISSIONAIS DA SAÚDE	0,0%
PROFISSIONAL DO ESPORTE	0,0%



# RESULTADOS QUANTITATIVOS MAP PUBLICIDADE

Quadro 22 - MAP Publicidade e relatórios

Relatório	Relatório	Edições	Tempo
RS11	Publicidade	46 peças	
RS34	Publicidade - Intervalos	348 peças	89 intervalos
RS51	Interprogramas	15 edições	
3 relatórios	TOTAL	15 edições 394 peças	



Observatório  
da Imprensa

# RESULTADOS QUANTITATIVOS

## MAP PUBLICIDADE

<i>FORMATO DA PUBLICIDADE</i>	<i>CARACTERÍSTICAS</i>
CAMPANHA PÚBLICA	Temas de interesse público
INSTITUCIONAL	Vinhetas TV Brasil/ EBC
CHAMADAS	Chamadas de programas
MERCHANDISING	Marcas e referências em personagens e conteúdos
APOIO/ PATROCÍNIO	Marcas e instituições vinculados a conteúdos

FORMATO	ASSINATURA	TOTAL \ PEÇAS	PERCENTUAL
Chamadas	Vinheta TV Brasil	163	46,83
Institucional	Diversos	112	32,18
Campanha Pública + apoio	TV Brasil	29	8,33
Campanha Pública	Diversos	22	6,32
Propaganda política	Partido políticos	10	2,87
Outros	Diversos	07	2,01
Apoio/Patrocínio	Diversos	03	0,86%
Chamadas + apoio	TV Brasil + Caixa Econômica Federal	02	0,57%
Merchandising	-	-	0,0%

# CONSIDERAÇÕES FINAIS - PRINCIPAIS QUALIDADES

- ❑ Veiculação de temas de interesse público e impacto, capazes de gerar debate público: temas sociais, políticos, econômicos, culturais e comportamentais
  - ❑ Abordagem de temas sensíveis: meio ambiente, gênero, saúde, educação, direitos humanos , comportamento, outros.
  - ❑ Debate de temas que contribuem para a formação crítica sobre comunicação (mídias, conteúdos e ética) e, assim, ocupam um lugar diferenciado em relação a outras mídias.
- ❑ Valorização da história e da cultura brasileira:
  - Produção e registros artísticos
  - Promoção de valores, talentos e produtos nacionais e regionais
  - Abertura ao conhecimento de culturas internacionais
- ❑ Relevante produção infantil diferenciada e de caráter educativo .
  - 50% de produção nacional
  - Autonomia em relação às demais emissoras
- ❑ Diversidade de programas, apresentadores e mediadores
- ❑ Programação diferenciada focada na cultura e política

# CONSIDERAÇÕES FINAIS - PRINCIPAIS PROBLEMAS

- ❑ Problemas na construção da grade de programação quanto à continuidade e coerência sequencial
- ❑ Problemas na denominação dos programas, que não são de fácil compreensão
- ❑ Conteúdos políticos e sociais marcam a programação, em segundo plano, depois das temáticas da cultura
- ❑ Pouco espaço para a produção independente e experimental
- ❑ Programação infantil com repetições excessivos no preenchimento da grade
- ❑ Ausência de indicadores quantitativos sobre audiência
- ❑ Ausência de indicadores sobre mudanças decorrentes de pesquisas anteriores
- ❑ Incongruências no site da emissora, com pouca interatividade
- ❑ Ausência de promoção e divulgação da programação da TV Brasil.
- ❑ Problemas técnicos e de produção identificados em todos os MAPs especialmente no telejornalismo e programas de debates

# RECOMENDAÇÕES PRINCIPAIS

- ❑ Investimento em produção e tecnologia dirigido à valorização da programação diferenciada
- ❑ Avaliação e planejamento visando uma grade de programação funcional e atrativa
- ❑ Qualificação técnica de equipes de produção e mediadores dirigida a padrões de qualidade específicos da TV Brasil
- ❑ Investimento em inovação e criatividade em relação a novos formatos de programas e atualização dos existentes
- ❑ Valorização dos espaços entre programas com planejamento diferenciado sobre inserção da publicidade, respeitando a lógica da programação
- ❑ Planejamento de estratégias para valorização de sites, redes sociais e, conseqüentemente, a relação com a TV Brasil
- ❑ Valorização do cidadão como participante qualificado da programação
- ❑ Desenvolvimento de projetos integrados com o setor educacional