



# Pesquisa sobre a programação da TV Brasil

## Relatório de Cumprimento do Objeto

(Processo de Autorização UFRGS:  
**23078.041128/2013-58**)

---

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

---

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação

---

## 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 - 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

### **Analistas do Seminário de Pesquisa sobre a TV BRASIL**

Dra. Carlise Schneider (pós-doutoranda PPGCOM/UFRGS)  
Ana Javes da Luz (mestranda PPGCOM/UFRGS)  
Bruno Kegler (doutorando PPGCOM/UFRGS)  
Fiorenza Carnielli (mestranda PPGCOM/UFRGS)  
Leandro Stevens (doutorando PPGCOM/UFRGS)  
Marcelo Parker (doutorando PPGCOM/UFRGS)

### **Criação e Implantação do Sistema de Classificação MAP**

Raul Fernando Weber

### **Produção e Edição do Relatório Final**

Prof. Dra. Maria Helena Weber  
Mestrando Jean Felipe Rossato

**Porto Alegre, 1º. de março de 2015.**

---

**SUMÁRIO**

---

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 1. APRESENTAÇÃO            | p. 3  |
| 2. HISTÓRICO               | p. 5  |
| 3. ESTRUTURA               | p. 6  |
| 4. METODOLOGIA             | p. 7  |
| 5. PRODUTOS                | p. 17 |
| 6. RESULTADOS SINTETIZADOS | p. 19 |
| 7. RECOMENDAÇÕES           | P. 32 |
| 8. BIBLIOGRAFIA            | P.33  |
| APÊNDICES                  |       |

## 1. APRESENTAÇÃO

---

O presente relatório é a última etapa do convênio firmado entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) destinado ao desenvolvimento do *Projeto de Monitoramento e Análise de Conteúdo da Programação dos Veículos de Comunicação da Empresa Brasil de Comunicação – EBC – TV BRASIL*. Acompanham este Relatório Final, como apêndices, os relatórios semanais, mensais, bimestrais e semestrais.

O Projeto foi desenvolvido, no período de 1º de março de 2014 a 28 de fevereiro de 2015, com a aplicação de métodos de pesquisa e atividades de extensão e operacionalizado pela Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no valor de R\$ 291.360,00 (duzentos e noventa e um mil e trezentos e sessenta reais) utilizados de acordo com o plano definido pela EBC, de acordo com o processo **UFRGS nº 23078.041128/2013-58 e convênio UFRGS/FAURGS nº 6982-5**.

Os objetivos propostos pela UFRGS e aprovados pela EBC foram os seguintes:

- **Objetivos Gerais:**
  - 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, 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 as pesquisas no campo da Comunicação Pública e Comunicação Política.
- **Objetivos Específicos:**
  - 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.

Foram realizadas todas as ações, adaptações e mudanças necessárias à execução e qualificação da pesquisa, de acordo com entendimentos e decisões entre a Comissão Coordenadora da UFRGS e a Ouvidoria da EBC.

Participaram da pesquisa e das atividades de extensão, professores e estudantes de graduação - vinculados às habilitações Jornalismo, Propaganda/Publicidade e Relações Públicas do Curso de Comunicação Social -, doutorando e mestrandos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. A equipe foi constituída por 15 pessoas.

Foram incorporados a esse Relatório, as análises elaboradas por alunos convidados da pós-graduação (PPGCOM/UFRGS), a partir do Seminário sobre a Programação da TV Brasil. O evento foi estruturado sobre as apresentações dos bolsistas de graduação, organizados pelos Módulos de Análise da Programação – MAP (Jornalismo, Informação, Entretenimento, Infantil, Publicidade). Para cada apresentação, os pós-graduandos formularam suas críticas que foram incorporadas aos relatos apresentados.

O projeto de pesquisa foi executado em espaço destinado exclusivamente para esta finalidade, pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, com equipamentos e mobiliários adequados; material de trabalho e suporte de equipe técnica.

O desenvolvimento do Projeto desencadeou uma série de atividades que qualificam a formação dos estudantes e a produção científica na área de Comunicação Pública, especificamente, a participação do grupo em evento realizado na Universidade Federal de Santa Maria sobre comunicação pública; a realização do Seminário sobre a Programação da TV BRASIL; a participação de reunião com a ouvidora Josetti Marques e a produção de textos visando a participação em eventos científicos, a partir dos dados empíricos coletados.

Esse relatório tem por objetivo apresentar o desenvolvimento da pesquisa, através da síntese dos resultados compilados em 72 relatórios:

- 52 relatórios semanais,
- 12 relatórios mensais,
- 6 relatórios bimestrais,
- 2 relatórios semestrais.

Complementam as informações, os relatos dos analistas participantes do Seminário sobre a Programação da TV BRASIL.



## 2. HISTÓRICO

---

Como registro formal desta pesquisa, relacionamos diferentes etapas e atividades realizadas, de acordo com a aprovação das instituições responsáveis pelo convênio UFRGS/EBC:

- a) *Formulação de proposta* em resposta ao ofício 210/2013/OUVIDORIA, de 4 de outubro de 2013, que convidava a UFRGS a participar do desenvolvimento de atividades de Monitoramento e Análise de Conteúdo da Programação dos Veículos de Comunicação da EBC, por meio de celebração de Termo de Cooperação.
- b) *Aprovação do projeto* enviado pela FABICO/UFRGS e celebração do Termo de Cooperação, em dezembro de 2013, conforme consta do processo UFRGS nº 23078.041128/2013-58.
- c) *Implementação financeira* do projeto, através do convênio 6982-5 celebrado entre a UFRGS e a FAURGS.
- d) *Desenvolvimento* de procedimentos relacionados à implantação do projeto
- e) *Pedido de aditamento* para alteração do período de pesquisa considerando, o não cumprimento do item do Plano de trabalho referente ao "Acesso aos Conteúdos", que previa que estes seriam de responsabilidade da EBC/TV BRASIL. Pedido aprovado pelas instâncias superiores da UFRGS e da EBC. Aprovado em 31.12.2014.
- f) *Organização* de espaço físico com equipamentos, mobiliário e materiais adequados ao desenvolvimento da pesquisa, no prédio da FABICO.
- g) *Planejamento* do desenvolvimento da Pesquisa
- h) *Seleção de Bolsistas* obedecendo ao quadro de distribuição de bolsas para graduação e pós-graduação, nos meses de janeiro e fevereiro de 2014.
- i) Realização de 2 *reuniões* em Brasília entre a coordenação de pesquisa e a Ouvidora.
- j) Realização de 2 *reuniões* na UFRGS/FABICO entre a ouvidora e o grupo de pesquisa.
- k) Realização de *Seminário* sobre a Programação da TV BRASIL, em dezembro de 2014, com a participação de analistas convidados.

### 3. ESTRUTURA

---

A estrutura de desenvolvimento da pesquisa incluiu diferentes procedimentos com o objetivo de potencializar os resultados e equilibrar as respostas quantitativas e qualitativas relacionadas à qualidade da programação da TV BRASIL e sua resposta aos princípios conceituais e legais da radiodifusão pública. Especificamente:

- a) Desenvolvimento de metodologia de análise específica para a programação televisiva.
- b) Criação de sistema de classificação quantitativa de informações capturadas na TV BRASIL, com a contratação de especialista e aquisição de programa.
- c) Seleção e treinamento dos bolsistas.
- d) Definição dos programas a ser analisados pela Comissão Coordenadora, de acordo com a metodologia e o acesso ao material.
- e) Classificação dos conteúdos em sistema *on line*, por bolsistas da graduação, sob orientação de bolsistas da pós-graduação.
- f) Sistematização das planilhas quantitativas e observações qualitativas elaboradas pelos bolsistas de graduação.
- g) Reuniões semanais sobre a programação analisada entre professores e bolsistas de pós-graduação e graduação.
- h) Formulação de relatórios preliminares por programação analisada.
- i) Reuniões semanais para análise dos relatórios preliminares entre professores e bolsistas de pós-graduação.
- j) Elaboração dos relatórios, em 3 etapas: sistematização e análise por bolsistas de pós-graduação; análise e recomendações por docentes bolsistas de pós-graduação e edição e encaminhamento a EBC pela coordenação do projeto.

## 4. METODOLOGIA

---

O desenvolvimento da pesquisa obedeceu a metodologia, técnicas e instrumentos capazes de obter e analisar resultados sobre a programação da TV BRASIL, com o objetivo de contemplar aspectos referentes ao CONTEÚDO e à FORMA, conforme estipulado pelo Projeto Básico da Ouvidoria em relação à pesquisa, especificamente, nos itens 4.6.1 e 4.6.2:

**“Conteúdo** – análise da pertinência das informações veiculadas de acordo com os princípios que regem a comunicação pública; verificação da amplitude ou limitação da informação de acordo com o interesse público; adequação da linguagem; pluralidade de fontes; consistência e contextualização das informações;

**Forma** – adequação estética aos padrões propostos pela EBC; acessibilidade às informações através de diferentes recursos tecnológicos, e observação quanto à periodicidade de veiculação dos diversos produtos de acordo com o previamente estabelecido.”

### 4.1 Cronograma e etapas da pesquisa

- a) Recuperação da bibliografia básica sobre a radiodifusão pública, comunicação pública e televisão pública, para subsidiar, teoricamente, o desenvolvimento da pesquisa.
- b) Reuniões de trabalho da equipe de coordenadores, tendo em vista a metodologia Análise de Conteúdo e a expectativa quanto aos resultados sobre a programação da TV Brasil.
- c) Reuniões técnicas sobre a estruturação do sistema de análise.
- d) Definição da aplicação da metodologia Análise de Conteúdo, na programação da TV Brasil, a partir da seguinte combinação:
  - I. referências a conceitos relacionados à democracia, cidadania e comunicação pública e radiodifusão pública,
  - II. categorias de análise que permitam identificar a qualidade técnica da programação, a abordagem dos temas e a relação destes com os conceitos que norteiam a comunicação e radiodifusão pública e
  - III. programas, modalidades, tipologia, temas e fontes .
- e) Planejamento e formulação de sistema digital específico para a Pesquisa da TV Brasil, capaz de gerar relatórios.
- f) Definição da programação a ser analisada (corpus semanal da pesquisa).

- g) Classificação das informações em tabelas específicas.
- h) Análise e debate sobre os resultados entre membros do grupo de pesquisa, em reuniões organizadas com esta finalidade.
- i) Formulação de relatórios semanais, mensais, bimestrais e semestrais.

#### 4.2 Tipologia e gênero de programação

A denominação que a TV BRASIL utiliza para designar um conjunto de programas que forma uma tipologia não foi considerada adequada para o desenvolvimento da pesquisa, devido à abrangência ou insuficiência quanto à caracterização dos programas.

Neste sentido, o Relatório RS1-3/14 indicou a utilização de novas denominações que abrigaram a classificação e análise de toda a programação, considerando as temáticas como variáveis importantes da classificação e a generalização necessária de cada denominação. O Quadro 1 a seguir explicita a alteração e equivalência funcionais para a pesquisa:

**Quadro 1 – Equivalência sobre tipologia da programação**

| <b>DENOMINAÇÃO DA TV<br/>BRASIL</b> | <b>DENOMINAÇÃO DA PESQUISA<br/>UFRGS/EBC</b> |
|-------------------------------------|--|
| INFORMAÇÃO                          | JORNALISMO                                   |
| INFANTIL                            | INFANTIL                                     |
| CONHECIMENTO                        | INFORMAÇÃO                                   |
|                                     | ENTRETENIMENTO                               |
| ARTE                                | ENTRETENIMENTO                               |
|                                     | INFORMAÇÃO                                   |
| ESPORTE                             | ENTRETENIMENTO                               |
|                                     | INFORMAÇÃO                                   |
| -                                   | ESPECIAIS                                    |
| -                                   | PUBLICIDADE                                  |

Definida a equivalência de gênero e denominação foram definidos os conteúdos gerais para cada MAP – Módulo de Análise da Programação, conforme apresentado no Quadro 2:

**Quadro 2 - Módulos de Análise da Programação – MAP**

| M.A.P.                   | PROGRAMAÇÃO                     |
|--------------------------|---------------------------------|
| <b>1. INFORMAÇÃO</b>     | Aulas                           |
|                          | Debates                         |
|                          | Documentário                    |
|                          | Entrevistas                     |
|                          | Outro                           |
| <b>2. JORNALISMO</b>     | Grande reportagem               |
|                          | Entrevistas                     |
|                          | Telejornal                      |
|                          | Outro                           |
| <b>3. ENTRETENIMENTO</b> | Dramaturgia                     |
|                          | Esportes                        |
|                          | Filmes                          |
|                          | Shows/ espetáculos              |
|                          | Outro                           |
| <b>4. INFANTIL</b>       | Animação                        |
|                          | Dramaturgia                     |
|                          | Filmes                          |
|                          | Estúdio                         |
|                          | Outro                           |
| <b>5. PUBLICIDADE</b>    | Campanha pública                |
|                          | Institucional                   |
|                          | Chamadas                        |
|                          | Merchandising                   |
|                          | Apoio/patrocínio                |
|                          | Propaganda política             |
|                          | Publicidade Institucional       |
| <b>6. ESPECIAIS</b>      | Eventos de transmissão contínua |
|                          | Rituais/cerimônias              |
|                          | Outro                           |

Toda a programação foi escolhida, classificada e analisada a partir do referencial identificado no Quadro 2.

#### **4.3 Conteúdo e Forma da comunicação pública da TV BRASIL**

Na comunicação estabelecida entre os meios de comunicação de massa (mídias, programas, organizações) e a audiência (receptores, consumidores, cidadãos) não existe a separação entre conteúdo e forma em relação à produção de sentidos e significados. No entanto, esta separação importa para a classificação dos programas.

Como resultado de debates e referenciais teóricos sobre comunicação, comunicação pública, radiodifusão pública e poder da televisão foram privilegiados aspectos que permitem inferir sobre a qualidade e importância do programa e, conseqüentemente, analisar a qualidade e importância da programação da TV BRASIL:

#### CONTEÚDO dos programas

- Temas abordados pelo programa
- Vozes e fontes de informação evidenciadas pelo programa
- Identificação de indicadores de Comunicação Pública do programa

#### FORMATO dos programas

- Veiculação
- Qualidade Técnica
- Apresentador/ Mediador

### **4.4. Conteúdo dos Programas**

O conteúdo de cada programa analisado foi classificado de acordo com os temas abordados e a relação de conteúdos com os princípios da comunicação pública. Entende-se que os temas são indicativos do modo como a emissora privilegia questões e abordagens.

Nesta direção foram indicados temas de modo a contemplar as questões sociais, culturais, políticas, econômicas e estruturais em relação ao funcionamento da vida pública e privada.

A identificação da abordagem sobre Comunicação Pública foi realizada a partir da análise e da combinação entre os itens da Forma e os itens do conteúdo (temas e vozes).

#### **4.4.1 Temas da Programação**

A identificação dos temas abordados nos programas analisados respondeu a 20 temáticas apresentadas em percentuais, nos relatórios correspondentes:

- 1) Arte e Cultura
- 2) Cidadania
- 3) Cidades
- 4) Ciência & Tecnologia
- 5) Ciências Sociais e Humanas
- 6) Comportamento
- 7) Comunicação
- 8) Economia
- 9) Educação
- 10) Esoterismo / Religião

- 11) Esportes
- 12) Fatos Excepcionais
- 13) Infraestrutura
- 14) Meio Ambiente
- 15) Política
- 16) Saúde
- 17) Segurança
- 18) Tragédias
- 19) Turismo
- 20) Outro

#### **4.4.2 Vozes e Fontes da Programação**

A identificação das vozes e fontes privilegiadas pelos programas totalizaram 25 tipos capazes de representar a sociedade, instituições e diferentes poderes constituídos. Foram apresentadas em percentuais, nos relatórios correspondentes:

- 1) Cidadãos
- 2) Especialistas
- 3) Governo Federal
- 4) Comentaristas
- 5) Governo Estadual
- 6) Governos Internacionais
- 7) Associações e Federações
- 8) Instituições de Ensino e Pesquisa
- 9) Autarquias
- 10) Empresários/Executivos
- 11) Ongs
- 12) Profissionais da Educação
- 13) Profissionais da Saúde
- 14) Profissional do Esporte
- 15) Artistas e Escritores
- 16) Entidades de Classe
- 17) Forças de Segurança
- 18) Governo Municipal
- 19) Judiciário
- 20) Movimentos Sociais
- 21) Organismos Internacionais
- 22) Profissionais da Comunicação
- 23) Celebridades
- 24) Legislativo Federal
- 25) Líderes de Religiões e Crenças
- 26) Outra

#### **4.4.3 Identificação da Comunicação Pública**

A pesquisa perseguiu o princípio de que o interesse público determinou a criação e o funcionamento da TV BRASIL. Nesta direção, a análise dos conteúdos classificados obedeceu a indicadores conceituais e legais que norteiam a existência da emissora, assim organizados:

*PRINCÍPIOS DA TV BRASIL:*

1. Interesse público
2. Acesso à informação
3. Pluralidade da origem da produção
4. Distribuição do conteúdo
5. Finalidades educativas
6. Finalidade artística
7. Finalidade cultural
8. Finalidade científica
9. Finalidade informativa
10. Promoção da cultura nacional
11. Estímulo à produção regional
12. Estímulo à produção independente
13. Respeito aos valores éticos e sociais
14. Respeito aos valores da pessoa
15. Respeito aos valores da família
16. Não discriminação religiosa
17. Não discriminação político-partidária
18. Não discriminação filosófica
19. Não discriminação étnica
20. Não discriminação de gênero
21. Não discriminação opção sexual
22. Observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão
23. Autonomia em relação ao governo federal para definir produção, programação e 24. distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão.
24. Participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

*OBJETIVOS DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA E TV BRASIL*

1. Abordar temas de de relevância nacional
2. abordar temas de de relevância internacional
3. Oferecer mecanismos para debate público
4. Promover a Cidadania
5. Desenvolver a consciência crítica do cidadão
6. Desenvolver programação educativa promotora de cidadania
7. Desenvolver programação artística promotora de cidadania
8. Desenvolver programação cultural promotora de cidadania
9. Desenvolver programação informativa promotora de cidadania
10. Desenvolver programação científica promotora de cidadania
11. Fomentar a construção da cidadania
12. Fomentar a consolidação da democracia
13. Fomentar a a participação na sociedade
14. Garantir o direito à informação
15. Garantir o direito à livre expressão do pensamento
16. Garantir o direito à criação
17. Garantir o direito à comunicação
18. Cooperar com os processos educacionais
19. Cooperar com os processos de formação do cidadão

20. Apoiar processos de inclusão social
21. Apoiar processos de socialização da produção de conhecimento
22. Garantir espaços para exibição de produções regionais
23. Garantir espaços para exibição de produções independentes
24. Buscar excelência em conteúdos
25. Buscar excelência em linguagens
26. Desenvolver formatos criativos e inovadores
27. Constituir centro de inovação e formação de talentos
28. Competir pelo aumento da audiência sem alterar a programação
29. Promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional,
30. Estimular a produção e garantir a veiculação,  
Inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos
31. Estimular a produção e garantir a veiculação de conteúdos interativos,  
especialmente, aqueles voltados para serviços públicos

#### **4.5. Formato dos Programas da TV BRASIL**

Cada programa analisado foi submetido a três etapas de classificação e classificado no sistema, de acordo com o Quadro 3. Os diferentes itens que compõem a ETAPA 2 funcionam de modo integrado para avaliar a qualidade de um programa. O apresentador/ mediador do programa – ETAPA 3 – possui autoridade e autonomia em relação aos conteúdos abordados e pode causar mudanças quanto à percepção dos conteúdos.

##### ETAPA 1 - IDENTIFICAÇÃO DO PROGRAMA

- Dia e horário
- Tempo de duração
- Caracterização do programa

##### ETAPA 2 - QUALIDADE TÉCNICA/ ESTÉTICA DO PROGRAMA

- Edição de imagem
- Edição de som
- Figurino
- Cenário e iluminação
- Artes e grafismo

**Quadro 3 - Indicadores de qualidade técnica/estética da TV BRASIL**

| <b>EDIÇÃO DE IMAGEM</b>  | <b>EDIÇÃO DE SOM</b>   | <b>CENÁRIO</b>  | <b>ARTES/ GRAFISMOS</b>   | <b>FIGURINO</b>   |
|--|--|---|---|---|
| <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</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 ao programa</li> <li>◦ Sofisticado</li> <li>◦ Simplório</li> <li>◦ Sóbrio</li> <li>◦ Excessivo</li> </ul> |

ETAPA 3 – APRESENTADORES E MEDIADORES

Identificação da adequação ou inadequação de itens vinculados aos apresentadores e/ou mediadores de programas, que podem atrair, distrair ou afastar o espectador. Especificamente:

- Postura: expressão facial, olhar, voz, gestualidade, mobilidade
- 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

**4.6. O corpus de análise e a escolha dos programas**

A montagem do chamado corpus de pesquisa - os programas que deverão ser analisados- depende dos programas disponíveis e do acesso a estes. Neste sentido, muitas foram as dificuldades e as tentativas para solucionar o problema já que a TV BRASIL não pode disponibilizar a programação. Sem acesso aos programas, o plano de pesquisa que previa a análise de programas semanais com os respectivos relatórios teve de ser alterado, para que a pesquisa fosse executada. Foram realizadas dois tipos de adaptações com os devidos riscos:

- a) escolha de programas disponíveis no site da TV BRASIL ou recebidos em eventual gravação, com os limites e a qualidade própria deste tipo de gravação;
- b) análise de um conjunto de edições de programas, não necessariamente correspondente ao mesmo período do relatório semanal;
- c) formulação de relatórios semanais sem vinculação direta com a programação semanal.

O Quadro 4 apresenta o universo da pesquisa, a totalidade da programação da TV BRASIL não contemplada pela pesquisa.

Mesmo com as ditas limitações, os relatórios expressam a diversidade de conteúdos e o aprofundamento de análises. Se a relação específica programa, contexto e análise foi prejudicada, por outro, foi trabalhado um número maior de edições.

**Quadro 4 – Programação da TV Brasil – 138 programas**

| <b>INFORMAÇÃO</b>                           | <b>CONHECIMENTO</b>                       | <b>ARTE</b>                                      | <b>INFANTIL</b>             |
|---|---|--|-----------------------------|
| 1. Bom para Todos                           | 1. Ártico com Bruce Parry                 | 1. Alto-Falante                                  | 1. ABZ do Zivaldo           |
| 2. Brazilianas.org                          | 2. Bom Dia Arqueologia                    | 2. Animania                                      | 2. Anabel                   |
| 3. Caminhos da Reportagem                   | 3. Brasil Adentro                         | 3. Arte do Artista                               | 3. Batatinhas               |
| 4. DOC Especial                             | 4. Brasil Eleitor                         | 4. Artesãos da Cultura Baiana                    | 4. Cocoricó na Cidade       |
| 5. DOC TV                                   | 5. Camarote 21                            | 5. A TV que se faz no Mundo 2                    | 5. Dango Balango            |
| 6. Espaço Público                           | 6. Conhecendo Museus                      | 6. Ciclos de Cinema                              | 6. Detetives do Prédio Azul |
| 7. ES Rural                                 | 7. Consciência Negra                      | 7. Cine Nacional                                 | 7. Escola pra Cachorro      |
| 8. Expedições                               | 8. Cozinha Amazônia                       | 8. Colheitas do Futuro                           | 8. Historietas Assombradas  |
| 9. Interprogramas                           | 9. +Direitos+Humanos                      | 9. Corto Maltese                                 | 9. Igarapé Mágico           |
| 10. Liberdade Religiosa                     | 10. Direitos Humanos                      | 10. Cultura Ponto a Ponto                        | 10. Invasão Plâncton        |
| 11. Marca Paraná                            | 11. Diverso                               | 11. Curta os Curtas                              | 11. Janela, Janelinha       |
| 12. Notícias do Campo                       | 12. Entre o Céu e a Terra                 | 12. Curta TV                                     | 12. Jarau                   |
| 13. Nova África                             | 13. Especiais TV Brasil                   | 13. Dance Academy                                | 13. Julie e os Fantasmas    |
| 14. Nova Amazônia                           | 14. Estúdio Móvel                         | 14. Descalço sobre a Terra Vermelha              | 14. Karku                   |
| 15. Observatório da Imprensa                | 15. Etnodoc                               | 15. Dias que Abalaram o Mundo                    | 15. Lala                    |
| 16. Opção Saúde                             | 16. Futurando                             | 16. Estamos Juntos                               | 16. Meu AmigãoZão           |
| 17. O que é que eu vou fazer da minha vida? | 17. Média Nacional                        | 17. Estúdio 24                                   | 17. Meu Lugar               |
| 18. Os Caminhos da Democracia               | 18. Mestres e Griôs                       | 18. Expedições Burle Marx                        | 18. O Pequeno Einstein      |
| 19. Papo de Mãe                             | 19. Nação                                 | 19. Festival Mazzaropi                           | 19. Os Cupins               |
| 20. Reencontro                              | 20. O Brasil tem disso                    | 20. História das Canções                         | 20. O Teco Teco             |
| 21. Repórter Brasil                         | 21. Oncotô?                               | 21. Mama África                                  | 21. Pandorga                |
| 22. Repórter DF                             | 22. Os Pequenos Crimes de Agatha Christie | 22. Matriarcas da Savana                         | 22. Peixonauta              |
| 23. Repórter Maranhão                       | 23. Paratodos                             | 23. Mentes Brilhantes                            | 23. Pergunte à Lara         |
| 24. Repórter Rio                            | 24. Programa Especial                     | 24. Nosso Veneno Cotidiano                       | 24. Pingu                   |
| 25. Repórter São Paulo                      | 25. Provocações                           | 25. O Brasil de Darcy Ribeiro                    | 25. Sarah e o Pato          |
| 26. Rio Grande Rural                        | 26. Retratos de Fé                        | 26. Os Rios e a Vida                             | 26. Senha Verde             |
| 27. Sem Censura                             | 27. Sábados Azuis                         | 27. Paraíso Perdido                              | 27. Teatro das Fábulas      |
| 28. Ser Saudável                            | 28. Salto para o Futuro                   | 28. Partituras                                   | 28. Thomas e seus amigos    |
| 29. Tal como Somos                          | 29. Sementes                              | 29. Samba na Gamboa                              | 29. Tromba Trem             |
| 30. Tela Rural                              | 30. Sr. Brasil                            | 30. Sinfonia Fina                                | 30. Zica e os Camaleões     |
| 31. Terra Sul                               | 31. Telecurso Ensino Fundamental          | 31. Som na Rural                                 |                             |
| 32. Ver TV                                  | 32. Telecurso Ensino Médio                | 32. Soy Loco por ti Cinema                       |                             |
| 33. Visual                                  | 33. Telecurso Tecendo o Saber             | 33. Titanic                                      |                             |
| 34. Vitrine do Campo                        | 34. TV é Ciência                          | 34. Viola, minha Viola                           |                             |
|   | 35. Via Legal                             | 35. Visceral Brasil - As Veias Abertas da Música |                             |
|   |   | 36. Windeck - Todos os Tons de Angola            |                             |

**ESPORTE**

- a) + Ação
- b) No Mundo da Bola
- c) Stadium

## 5. PRODUTOS

Os produtos vinculados à realização da pesquisa sobre a TV BRASIL que integrou o *Projeto de Monitoramento e Análise de Conteúdo da Programação dos Veículos de Comunicação da Empresa Brasil de Comunicação*, são relatórios. Além destes produtos de execução obrigatória, a pesquisa propiciou a realização de debates, reuniões e realização de eventos sobre o tema.

O Quadro 5 expõe os produtos gerados pela pesquisa, num total de 73 relatórios:

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

**Quadro 5 – Produtos Semanais da Pesquisa sobre a TV BRASIL**

| SEMANA | PERÍODO       | RELATÓRIO E PROGRAMA                   | MÓDULO - MAP                        | EDIÇÕES  | TEMPO |
|--------|---------------|--|-------------------------------------|----------|-------|
| 1.     | 1 a 7/ 3      | RS 1 - Proposta Metodológica           | Apresentar metodologia              | x        | x     |
| 2.     | 8 a 14/3      | RS 2 - Mapeamento da programação       | Mapear a programação da TV Brasil   | x        | x     |
| 3.     | 17 a 3/3      | RS 3 - Relatório de programas diversos | Análise de programas diversificados | x        | x     |
| 4.     | 24 a 29/3     | RS 4 - Repórter Brasil (tarde + noite) | Jornalismo                          | 11       | 510   |
| 5.     | 3/3 a 04/4    | RS 5 - Sem Censura                     | Informação                          | 5        | 450   |
| 6.     | 7 a 11/4      | RS 6 - Repórter Brasil (noite)         | Jornalismo                          | 5        | 300   |
| 7.     | 14 a 19/4     | RS 7 - Aglomerado                      | Entretenimento                      | 7        | 420   |
| 8.     | 14/4 a 2/5    | RS 8 - Igarapé Mágico                  | Infantil                            | 7        | 420   |
| 9.     | 5 a 09/05     | RS 9 - VER TV                          | Informação                          | 7        | 420   |
| 10.    | 12 a 16/05    | RS 10 - Repórter Brasil (tarde)        | Jornalismo                          | 14       | 420   |
| 11.    | 19 a 23/05    | RS 11 - Publicidade                    | Publicidade                         | 46 peças | x     |
| 12.    | 25 a 31/05    | RS 12 - Programa Especial              | Informação                          | 16       | 480   |
| 13.    | 01 a 07/06    | RS 13 - Caminhos da Reportagem         | Jornalismo                          | 8        | 416   |
| 14.    | 08 a 14/06    | RS 14 - Filmes                         | Entretenimento                      | 85       | X     |
| 15.    | 15 a 21/06    | Rs 15 - Teco Teco                      | Infantil                            | 16       | 240   |
| 16.    | 22 a 28/06    | RS 16 - Espaço Público                 | Informação                          | 6        | 540   |
| 17.    | 29/06 a 05/07 | RS 17 - Militares da democracia        | Especial                            | 5        | 260   |
| 18.    | 06 a 12/07    | RS 18 - Repórter Brasil (noite)        | Jornalismo                          | 9        | 260   |
| 19.    | 13 a 19/07    | RS 19 - Repórter Brasil (tarde)        | Jornalismo                          | 6        | 180   |
| 20.    | 20 a 26/07    | RS 20 - Nova África                    | Informação                          | 8        | 200   |
| 21.    | 27/07 a 02/08 | RS 21 - Sem Censura                    | Informação                          | 8        | 720   |

| SEMANA              | PERÍODO       | RELATÓRIO E PROGRAMA                       | MÓDULO - MAP    | EDIÇÕES                    | TEMPO |
|---------------------|---------------|--|-----------------|----------------------------|-------|
| 22.                 | 03 a 09/08    | RS 22 - Samba na Gamboa                    | Entretenimento  | 8                          | 480   |
| 23.                 | 10 a 16/08    | RS 23 - Estúdio Móvel                      | Informação      | 8                          | 208   |
| 24.                 | 17 a 23/08    | RS 24 - Papo de Mãe                        | Informação      | 8                          | 480   |
| 25.                 | 24 a 30/08    | RS 25 - Programa Visual                    | Informação      | 15                         | 225   |
| 26.                 | 31/08 a 06/09 | RS 26 - Paratodos                          | Entretenimento  | 8                          | 208   |
| 27.                 | 07 a 13/09    | RS 27 - Resistir é preciso                 | Especial        | 8                          | 208   |
| 28.                 | 21 a 27/09    | RS 28 - Ser Saudável                       | Informação      | 8                          | 240   |
| 29.                 | 28/09 a 04/10 | RS 29 - Brazilianas.org                    | Informação      | 8                          | 416   |
| 30.                 | 05 a 11/10    | RS 30 - Sábados Azuis                      | Especial        | 8                          | 192   |
| 31.                 | 12 a 18/10    | RS 31 - Caçadores da Alma                  | Especial        | 8                          | 208   |
| 32.                 | 19 a 25/10    | RS 32 - Repórter Brasil (noite)            | Jornalismo      | 9                          | 510   |
| 33.                 | 26/10 a 01/11 | RS 33 - Observatório da Imprensa           | Informação      | 8                          | 480   |
| 34.                 | 02 a 08/11    | RS 34 - Publicidade - Intervalos           | Publicidade     | 89 intervalos<br>348 peças | x     |
| 35.                 | 09 a 15/11    | RS 35 - Eleições                           | Jornalismo      | 55 matérias                | 138   |
| 36.                 | 16 a 22/11    | RS 36 - Canções e exílio                   | Informação      | 8                          | 188   |
| 37.                 | 23 a 29/11    | RS 37 - Conhecendo Museus                  | Informação      | 8                          | 208   |
| 38.                 | 30/11 a 06/12 | RS 38 - Windeck                            | Entretenimento  | 8                          | 320   |
| 39.                 | 07 a 13/12    | RS 39 - Espaço Público                     | Informação      | 8                          | 720   |
| 40.                 | 14 a 20/12    | RS 40 - Expedições                         | Entretenimento  | 8                          | 320   |
| 41.                 | 21 a 27/12    | RS 41 - + Direitos + Humanos               | Informação      | 8                          | 480   |
| 42.                 | 28/12 a 03/01 | RS 42 - Caminhos da Reportagem             | Jornalismo      | 8                          | 416   |
| 43.                 | 04 a 10/01    | RS 43 - Arte do Artista                    | Entretenimento  | 8                          | 208   |
| 44.                 | 11 a 17/01    | RS 44 - Sem Censura                        | Informação      | 8                          | 600   |
| 45.                 | 18 a 24/01    | RS 45 - Programa Especial                  | Informação      | 8                          | 240   |
| 46.                 | 25 a 31/01    | RS 46 - Repórter Brasil (tarde +<br>noite) | Jornalismo      | 16                         | 720   |
| 47.                 | 01 a 07/02    | RS 47 - Ver TV                             | Informação      | 8                          | 480   |
| 48.                 | 08 a 14/02    | RS 48 - Retratos da Fé                     | Informação      | 7                          | 182   |
| 49.                 | 15 a 21/02    | RS 49 - Análise da programação             | Infantil        | x                          | x     |
| 50.                 | 22 a 28/02    | RS 50 - Representações da<br>programação   | Infantil        | x                          | x     |
| 51.                 | 01 a 07/03    | RS 51 - Interprogramas                     | Publicidade     | 15                         | x     |
| 52.                 | 08 a 14/03    | RS 52 - Site Tv Brasil                     | Análise do site | x                          | x     |
| <b>TEMPO TOTAL:</b> |               |  |                 | <b>15.311 minutos</b>      |       |

## 6. RESULTADOS SINTETIZADOS

Os resultados serão apresentados de modo geral, concentrados na estatística de VOZES e TEMAS, por módulo de programação; na síntese das análises sobre QUALIDADE TÉCNICA ESTÉTICA, que permeiam os programas analisados. Acredita-se que são as duas perspectivas que incidem na análise sobre a importância da TV BRASIL na consecução de objetivos da comunicação pública.

Serão apresentados quadros para os MAPs Jornalismo, Informação, Entretenimento, Infantil, Especial. Nessa perspectiva apresentamos os quadros (6 a 21) com a computação dos resultados.

Não estão incluídos nos quadros de análise, quatro relatórios que não obedecem à padronização adotada, devido ao seu conteúdo:

RS 1 - Plano de pesquisa

RS 2 - Mapeamento da programação

RS 3 - Análise experimental de 12 programas

RS 51 - Site

### 6.1. MAP - JORNALISMO

Conforme demonstra o Quadro 6, foram analisados 4.120 minutos de programação de jornalismo, em 86 edições e 55 matérias que geraram 10 relatórios semanais.

**Quadro 6 – Classificação do Jornalismo**

| Semana    | Relatório | Programas                       | Módulo                          | Edições | Duração/min      |
|-----------|-----------|---------------------------------|---------------------------------|---------|------------------|
| 4         | RS 4      | Repórter Brasil (tarde + noite) | Jornalismo                      | 11      | 510              |
| 6         | RS 6      | Repórter Brasil (noite)         | Jornalismo                      | 5       | 300              |
| 10        | RS10      | Repórter Brasil (tarde)         | Jornalismo                      | 14      | 420              |
| 13        | RS13      | Caminhos da Reportagem          | Jornalismo                      | 8       | 416              |
| 18        | RS18      | Repórter Brasil (noite)         | Jornalismo                      | 9       | 260              |
| 19        | RS 19-    | Repórter Brasil (tarde)         | Jornalismo                      | 6       | 180              |
| 32        | RS 32-    | Repórter Brasil (noite)         | Jornalismo                      | 9       | 510              |
| 35        | RS 35     | Eleições                        | Jornalismo                      | 55 mat  | 138              |
| 42        | RS 42     | Caminhos da Reportagem          | Jornalismo                      | 8       | 416              |
| 46        | RS 46     | Repórter Brasil (tarde + noite) | Jornalismo                      | 16      | 720              |
| <b>10</b> |           | <b>TOTAL:</b>                   | <b>55 matérias e 86 edições</b> |         | <b>4.120 min</b> |

#### Temas

Os relatórios sobre o módulo Jornalismo identificam no Repórter Brasil (tarde e noite), Caminhos da Reportagem e – excepcionalmente – na cobertura sobre as Eleições, os 4 temas mais abordados, de acordo com o Quadro 7:

- Cidadania
- Política
- Segurança
- Esportes

A cidadania tem relação direta com a comunicação pública e a Política, mas os temas Segurança e Esportes não necessariamente. Assim, surpreende que o tema Educação esteja apenas no terceiro bloco.

O segundo bloco de temas mais citados é formado por Economia, Saúde, Cidades; o terceiro bloco abrange os temas Arte e Cultura, Infraestrutura, Comportamento, Fatos Excepcionais, Educação. O quarto bloco temático é integrado por Ciência e Tecnologia, Meio Ambiente. Temas como Comunicação, Copa do Mundo, Turismo, Eleições e Ciências Sociais e Humanas aparecem por último.

**Quadro 7 – Temas em Jornalismo**

| 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        |

### **Vozes e Fontes**

Em 4.120 minutos de programação jornalística analisada na TV BRASIL, as vozes e fontes mais importantes são as seguintes, conforme mostra o [Quadro 8](#):

Especialistas (67,2) e Comentaristas (47,8)

Cidadãos (92%)

Governo Federal e Forças de Segurança aparecem como fontes importantes de informações e opinião indicando a valorização do Estado.

Cabe citar, ainda, a presença de Artistas e Escritores na mesma faixa de Profissionais da Educação, Instituições de Ensino e Pesquisa que fortalecem a perspectiva da Cidadania indicada como temática preferencial e como voz.

Importante ressaltar que para o Jornalismo, a escolha das fontes é determinada pelos acontecimentos e pelos critérios adotados pela emissora.

### Quadro 8– Vozes e Fontes em *Jornalismo*

| VOZES E FONTES DO JORNALISMO      | PERCENTUAL | UNIDADES |
|-----------------------------------|------------|----------|
| CIDADÃOS                          | 92,5%      | 69       |
| ESPECIALISTAS                     | 67,2%      | 50       |
| GOVERNO FEDERAL                   | 50,8%      | 38       |
| COMENTARISTAS                     | 47,8%      | 35       |
| ARTISTAS E ESCRITORES             | 43,3%      | 32       |
| FORÇAS DE SEGURANÇA               | 38,8%      | 29       |
| PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO         | 38,8%      | 29       |
| GOVERNOS INTERNACIONAIS           | 35,8%      | 26       |
| INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA | 31,3%      | 23       |
| ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES          | 29,9%      | 22       |
| GOVERNO ESTADUAL                  | 28,4%      | 21       |
| ONGs                              | 28,4%      | 21       |
| PROFISSIONAIS DA SAÚDE            | 28,4%      | 21       |
| AUTARQUIAS                        | 26,9%      | 20       |
| EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS            | 26,9%      | 20       |
| JUDICIÁRIO                        | 23,9%      | 17       |
| MOVIMENTOS SOCIAIS                | 23,9%      | 17       |
| PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO      | 22,4%      | 16       |
| OUTROS                            | 22,4%      | 16       |
| LEGISLATIVO FEDERAL               | 17,9%      | 13       |
| ORGANISMOS INTERNACIONAIS         | 17,9%      | 13       |
| GOVERNO MUNICIPAL                 | 16,4%      | 12       |
| CELEBRIDADES                      | 14,9%      | 11       |
| PROFISSIONAL DO ESPORTE           | 14,9%      | 11       |
| ENTIDADES DE CLASSE               | 13,4%      | 10       |
| PARTIDOS POLÍTICOS                | 10,5%      | 7        |
| LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS    | 7,5%       | 5        |
| SINDICATOS                        | 7,5%       | 5        |
| CANDIDATOS POLÍTICOS              | 3,0%       | 2        |
| LEGISLATIVO ESTADUAL              | 1,5%       | 1        |
| LEGISLATIVO MUNICIPAL             | 1,5%       | 1        |

## 6.2. MAP INFORMAÇÃO

Conforme demonstra o Quadro 9, foram analisados 8.257 minutos de programação distribuídos em 168 edições de programas diversos classificados como Entretenimento e analisados em 20 relatórios. Abrangendo conteúdos de debates e análises sobre temas

diversos a programação de entretenimento da TV Brasil é a mais inovadora e a que mais se aproxima da difícil combinação entre os princípios da comunicação pública, o funcionamento de uma televisão pública e a inovação temática e de abordagem.

### Quadro 9– MAP Informação e Relatórios

| Semana    | Relatório | Programas                | Módulo        | Edições            | Duração/min      |
|-----------|-----------|--------------------------|---------------|--------------------|------------------|
| 5         | RS5       | Sem Censura              | Informação    | 05                 | 450              |
| 9         | RS9       | VER TV                   | Informação    | 7                  | 420              |
| 12        | RS12      | Programa Especial        | Informação    | 16                 | 480              |
| 16        | RS16      | Espaço Público           | Informação    | 6                  | 540              |
| 20        | R20       | Nova África              | Informação    | 8                  | 200              |
| 21        | RS21      | Sem Censura              | Informação    | 8                  | 720              |
| 23        | RS23      | Estúdio Móvel            | Informação    | 8                  | 208              |
| 24        | RS24      | Papo de Mãe              | Informação    | 8                  | 480              |
| 25        | RS25      | Programa Visual          | Informação    | 15                 | 225              |
| 28        | RS28      | Ser Saudável             | Informação    | 8                  | 240              |
| 29        | RS29      | Brasilianas.org          | Informação    | 8                  | 416              |
| 33        | RS33      | Observatório da Imprensa | Informação    | 8                  | 480              |
| 36        | RS36      | Canções e exílio         | Informação    | 8                  | 188              |
| 37        | RS37      | Conhecendo Museus        | Informação    | 8                  | 208              |
| 39        | RS39      | Espaço Público           | Informação    | 8                  | 720              |
| 41        | RS41      | + Direitos + Humanos     | Informação    | 8                  | 480              |
| 44        | RS44      | Sem Censura              | Informação    | 8                  | 600              |
| 45        | RS45      | Programa Especial        | Informação    | 8                  | 240              |
| 47        | RS47      | Ver TV                   | Informação    | 8                  | 480              |
| 48        | RS48      | Retratos da Fé           | Informação    | 7                  | 182              |
| <b>20</b> |           |                          | <b>TOTAL:</b> | <b>168 edições</b> | <b>8.257 min</b> |

### Vozes e Fontes

As principais vozes e fontes, de acordo com o [Quadro 10](#) identificadas nos programas de Informação são as seguintes:

Cidadãos

Artistas e Escritores

Especialistas

Com percentuais bastante homogêneos alinham-se Profissionais da Saúde, Profissionais de Comunicação e da Educação, ONGs e Associações e Federações.

Num terceiro bloco, é possível identificar Instituições de Ensino e Pesquisa, Empresários e Governo Federal. A diversidade de programas de Informação aponta para fontes que podem ser alteradas, a cada pesquisa, dependendo da temática do programa e do período de análise.

Ao contrário do Jornalismo onde a escolha ocorre a partir da notícia, nos programas de Informação, a fonte pode ser entendida como mais importante que o tema.

**Quadro 10 – Vozes e Fontes em Informação**

| <b>VOZES E FONTES</b>             | <b>PERCENTUAL</b> | <b>UNIDADES</b> |
|-----------------------------------|-------------------|-----------------|
| CIDADÃOS                          | 60,7%             | 102             |
| ARTISTAS E ESCRITORES             | 39,3%             | 66              |
| ESPECIALISTAS                     | 37,5%             | 63              |
| PROFISSIONAIS DA SAÚDE            | 24,4%             | 41              |
| PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO      | 23,8%             | 40              |
| PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO         | 23,2%             | 39              |
| ONGs                              | 22,0%             | 37              |
| ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES          | 17,3%             | 29              |
| INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA | 13,1%             | 22              |
| OUTROS                            | 11,3%             | 19              |
| EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS            | 10,7%             | 18              |
| GOVERNO FEDERAL                   | 10,1%             | 17              |
| JUDICIÁRIO                        | 7,1%              | 12              |
| PROFISSIONAL DO ESPORTE           | 6,6%              | 11              |
| AUTARQUIAS                        | 6,0%              | 10              |
| LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS    | 6,0%              | 10              |
| MOVIMENTOS SOCIAIS                | 6,0%              | 10              |
| ORGANISMOS INTERNACIONAIS         | 4,8%              | 8               |
| GOVERNO ESTADUAL                  | 4,2%              | 7               |
| ENTIDADES DE CLASSE               | 3,0%              | 5               |
| CELEBRIDADES                      | 2,4%              | 4               |
| COMENTARISTAS                     | 2,4%              | 4               |
| GOVERNO MUNICIPAL                 | 2,4%              | 4               |
| LEGISLATIVO FEDERAL               | 2,4%              | 4               |
| SINDICATOS                        | 2,4%              | 4               |
| GOVERNOS INTERNACIONAIS           | 1,2%              | 2               |
| LEGISLATIVO ESTADUAL              | 1,2%              | 2               |
| FORÇAS DE SEGURANÇA               | 0,6%              | 1               |
| LEGISLATIVO MUNICIPAL             | 0,6%              | 1               |
| PARTIDOS POLÍTICOS                | 0,6%              | 1               |
| CANDIDATOS POLÍTICOS              | 0,0%              | 0               |

**Temas**

De acordo com o [Quadro 11](#), os temas mais importantes são os seguintes:

Cidadania

Comportamento

Os temas Arte e Cultura e Saúde completam o foco dos temas eleitos para o módulo Informação. Num terceiro bloco identifica-se Política, Comunicação, Educação. Estes temas são abordados adequadamente por Cidadãos, Artistas e Escritores e Especialistas, conforme indica, também, o [Quadro 14](#), anteriormente analisado.

**Quadro 11 – Temas em Informação**

| 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        |

**6.3. MAP ENTRETENIMENTO**

A análise sobre a programação de Entretenimento totalizou 1.836 minutos distribuídos em 47 edições de programas diversos e análise de 85 filmes que geraram 7 relatórios, conforme o [Quadro 12](#):

**Quadro 12 – MAP Entretenimento e Relatórios**

| Semana    | Relatório | Programas       | Módulo                        | Edições | Duração/min      |
|-----------|-----------|-----------------|-------------------------------|---------|------------------|
| <b>7</b>  | RS7       | Aglomerado      | Entretenimento                | 7       | 420              |
| <b>14</b> | RS14      | Filmes          | Entretenimento                | 85      | X                |
| <b>22</b> | RS22      | Samba na Gamboa | Entretenimento                | 8       | 480              |
| <b>26</b> | RS26      | Paratodos       | Entretenimento                | 8       | 208              |
| <b>38</b> | RS38      | Windeck         | Entretenimento                | 8       | 320              |
| <b>40</b> | RS40      | Expedições      | Entretenimento                | 8       | 320              |
| <b>43</b> | RS43      | Arte do Artista | Entretenimento                | 8       | 208              |
| <b>07</b> |           | <b>TOTAL</b>    | <b>85 filmes e 47 edições</b> |         | <b>1.836 min</b> |

Evidentemente, neste Módulo o tema de referência é Arte e Cultura, e primeiro lugar, seguido por Comportamento. O tema privilegiado em Jornalismo e Informação, como

Cidadania, aqui pertence a um terceiro nível de interesse junto a Meio Ambiente e Turismo, como é possível identificar no Quadro 13.

Não foram incluídos os filmes que obedeceram a um tipo especial de metodologia e tabulação.

**Quadro 13– Temas em *Entretenimento***

| 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**

A voz mais importante deste módulo pertence, evidentemente, a Artistas e Escritores. Cabe ressaltar que em segundo lugar aparecem os Cidadãos e, em terceiro lugar, os Especialistas, conforme aponta o Quadro 14. Trata-se portanto de uma combinação de vozes adequadas a este tipo de conteúdo.

**Quadro 14– Vozes e Fontes em *Entretenimento***

| VOZES E FONTES                    | PERCENTUAL | UNIDADES |
|-----------------------------------|------------|----------|
| ARTISTAS E ESCRITORES             | 79,5%      | 31       |
| CIDADÃOS                          | 48,7%      | 19       |
| ESPECIALISTAS                     | 28,2%      | 11       |
| OUTROS                            | 15,4%      | 6        |
| ONGs                              | 12,8%      | 5        |
| INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA | 10,3%      | 4        |
| PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO         | 7,7%       | 3        |
| GOVERNO ESTADUAL                  | 5,1%       | 2        |
| ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES          | 2,6%       | 1        |
| AUTARQUIAS                        | 2,6%       | 1        |
| CELEBRIDADES                      | 2,6%       | 1        |

|                                |      |   |
|--------------------------------|------|---|
| COMENTARISTAS                  | 2,6% | 1 |
| GOVERNO FEDERAL                | 2,6% | 1 |
| PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO   | 2,6% | 1 |
| PROFISSIONAL DO ESPORTE        | 2,6% | 1 |
| EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS         | 0,0% | 0 |
| ENTIDADES DE CLASSE            | 0,0% | 0 |
| FORÇAS DE SEGURANÇA            | 0,0% | 0 |
| GOVERNO MUNICIPAL              | 0,0% | 0 |
| GOVERNOS INTERNACIONAIS        | 0,0% | 0 |
| JUDICIÁRIO                     | 0,0% | 0 |
| LEGISLATIVO FEDERAL            | 0,0% | 0 |
| LEGISLATIVO ESTADUAL           | 0,0% | 0 |
| LEGISLATIVO MUNICIPAL          | 0,0% | 0 |
| LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS | 0,0% | 0 |
| MOVIMENTOS SOCIAIS             | 0,0% | 0 |
| ORGANISMOS INTERNACIONAIS      | 0,0% | 0 |
| PARTIDOS POLÍTICOS             | 0,0% | 0 |
| PROFISSIONAIS DA SAÚDE         | 0,0% | 0 |
| SINDICATOS                     | 0,0% | 0 |
| CANDIDATOS POLÍTICOS           | 0,0% | 0 |

#### 6.4. MAP INFANTIL

A programação Infantil ocupa boa parte da programação da TV BRASIL. A análise do módulo Infantil. Foram analisadas 29 edições sob a perspectiva de vozes e temas veiculados num total de 435 minutos, de acordo com o [Quadro 15](#).

A pesquisa mais detalhada sobre a programação infantil encontra-se nos Relatórios semanais 49 e 50, considerando a aplicação de metodologia específica. O Relato RS49 mostra a classificação e análise sobre 34 programas analisados em 24 horas de programação, no dia 12/12/14. O RS50 apresenta a classificação e análise de 21 programas em 39 edições/episódios, no período de 1 a 4 de setembro

**Quadro 15 – MAP Infantil e relatórios**

| Semana    | Relatório | Programas              | Módulo       | Edições   | Duração/min    |
|-----------|-----------|------------------------|--------------|-----------|----------------|
| <b>8</b>  | RS8       | Igarapé Mágico         | Infantil     | 13        | 420            |
| <b>15</b> | RS15      | Teco Teco              | Infantil     | 16        | 240            |
| <b>49</b> | RS49      | Análise da programação | Infantil     | x         | x              |
| <b>50</b> | RS50      | Análise da programação | Infantil     | x         | x              |
| <b>04</b> |           |                        | <b>TOTAL</b> | <b>29</b> | <b>435 min</b> |

#### Vozes e Fontes

Também na programação infantil, a voz do Cidadão prevalece, conforme aponta o [Quadro 16](#). No caso são crianças, familiares e personagens que permitem esta identificação

com a abordagem lúdica dos temas. Em segundo lugar, o item Outros refere-se a esses personagens, a figuras, objetos e espaços animados.

Em terceiro lugar, os Especialistas e Associações/ Federações surgem na programação infantil, com objetivo de propiciar análises sobre temas e situações.

**Quadro 16– Vozes e Fontes em Infantil**

| VOZES E FONTES                           | PERCENTUAL | UNIDADES |
|--|------------|----------|
| CIDADÃOS                                 | 48,3%      | 14       |
| OUTROS                                   | 37,9%      | 11       |
| ARTISTAS E ESCRITORES                    | 34,5%      | 10       |
| ESPECIALISTAS                            | 13,8%      | 4        |
| ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES                 | 6,9%       | 2        |
| AUTARQUIAS                               | 0,0%       | 0        |
| CELEBRIDADES                             | 0,0%       | 0        |
| COMENTARISTAS                            | 0,0%       | 0        |
| EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS                   | 0,0%       | 0        |
| ENTIDADES DE CLASSE                      | 0,0%       | 0        |
| FORÇAS DE SEGURANÇA (Exército, Polícia)  | 0,0%       | 0        |
| GOVERNO FEDERAL                          | 0,0%       | 0        |
| GOVERNO ESTADUAL                         | 0,0%       | 0        |
| GOVERNO MUNICIPAL                        | 0,0%       | 0        |
| GOVERNOS INTERNACIONAIS                  | 0,0%       | 0        |
| INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA        | 0,0%       | 0        |
| JUDICIÁRIO                               | 0,0%       | 0        |
| LEGISLATIVO FEDERAL                      | 0,0%       | 0        |
| LEGISLATIVO ESTADUAL                     | 0,0%       | 0        |
| LEGISLATIVO MUNICIPAL                    | 0,0%       | 0        |
| LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS           | 0,0%       | 0        |
| MOVIMENTOS SOCIAIS                       | 0,0%       | 0        |
| ONGs                                     | 0,0%       | 0        |
| ORGANISMOS INTERNACIONAIS (Não Governam) | 0,0%       | 0        |
| PARTIDOS POLÍTICOS                       | 0,0%       | 0        |
| PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO                | 0,0%       | 0        |
| PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO             | 0,0%       | 0        |
| PROFISSIONAIS DA SAÚDE                   | 0,0%       | 0        |
| SINDICATOS                               | 0,0%       | 0        |
| CANDIDATOS POLÍTICOS                     | 0,0%       | 0        |
| PROFISSIONAL DO ESPORTE                  | 0,0%       | 0        |

### Temas

De acordo com o [Quadro 17](#), todos os programas analisados abordam temas relacionados ao Esoterismo/ Religião. Na verdade é classificação formal para identificar aspectos lúdicos e a magia própria deste tipo de conteúdo, deste mágico mundo infantil.

Combinados à abordagem lúdica de temas importantes para as crianças, aparecem temas relacionados à Ciência e Tecnologia e à Arte e Cultura. Em sequência, os temas Comportamento e Meio ambiente relacionados a novas perspectivas da relação da criança com o mundo. Neste sentido, o item Educação, num quarto nível, também estará sendo privilegiado.

**Quadro 17– Temas em *Infantil***

| TEMAS                         | PERCENTUAL | UNIDADES |
|-------------------------------|------------|----------|
| ESOTÉRISMO / 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        |

### 6.5. MAP ESPECIAL

O grupo de programas incluídos na categoria Especial demonstra a inovação em conteúdos e a qualidade da programação da TV BRASIL. Preencheram 4 relatórios, num total de 868 minutos em 29 edições, conforme mostra a [Tabela 18](#).

**Quadro 18 – MAP Especial e relatórios**

| Semana | Relatório | Programas               | Módulo       | Edições   | Duração/min    |
|--------|-----------|-------------------------|--------------|-----------|----------------|
| 17     | RS17      | Militares da democracia | Especial     | 5         | 260            |
| 27     | RS27      | Resistir é preciso      | Especial     | 8         | 208            |
| 30     | RS30      | Sábados Azuis           | Especial     | 8         | 192            |
| 31     | RS31      | Caçadores da Alma       | Especial     | 8         | 208            |
| 04     |           |                         | <b>TOTAL</b> | <b>29</b> | <b>868 min</b> |

### Vozes e Fontes

A diversidade de fontes e sua vinculação com os conteúdos dos programas dito especiais, de acordo com a [Tabela 20](#), mostram 2 tipos de Vozes e Fontes principais:

Artistas e Escritores

Cidadãos

Em segundo lugar, Profissionais de Comunicação, em terceiro, Especialistas e Movimentos Sociais em quinta posição. Cabe ressaltar que os Movimentos Sociais aparecem apenas neste MAP, com relevância.

O item Outros, na quarta posição, mostra que a diversidade de abordagens exige a inclusão de outro tipo de vozes e fontes não previstas na classificação quantitativa.

#### **Quadro 20– Vozes e Fontes em Especial**

| <b>VOZES E FONTES</b>             | <b>PERCENTUAL</b> | <b>UNIDADES</b> |
|-----------------------------------|-------------------|-----------------|
| ARTISTAS E ESCRITORES             | 51,7%             | 15              |
| CIDADÃOS                          | 48,3%             | 14              |
| PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO      | 41,4%             | 12              |
| ESPECIALISTAS                     | 31,0%             | 9               |
| OUTROS                            | 24,1%             | 7               |
| MOVIMENTOS SOCIAIS                | 13,8%             | 4               |
| ONGs                              | 13,8%             | 4               |
| ASSOCIAÇÕES E FEDERAÇÕES          | 10,4%             | 3               |
| FORÇAS DE SEGURANÇA               | 10,3%             | 3               |
| AUTARQUIAS                        | 6,9%              | 2               |
| COMENTARISTAS                     | 6,9%              | 2               |
| INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA | 6,9%              | 2               |
| PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO         | 6,9%              | 2               |
| CELEBRIDADES                      | 3,5%              | 1               |
| EMPRESÁRIOS/EXECUTIVOS            | 3,5%              | 1               |
| ENTIDADES DE CLASSE               | 3,5%              | 1               |
| GOVERNO FEDERAL                   | 3,5%              | 1               |
| JUDICIÁRIO                        | 3,5%              | 1               |
| LEGISLATIVO FEDERAL               | 3,5%              | 1               |
| PARTIDOS POLÍTICOS                | 3,5%              | 1               |
| SINDICATOS                        | 3,5%              | 1               |
| CANDIDATOS POLÍTICOS              | 3,5%              | 1               |
| GOVERNO ESTADUAL                  | 0,0%              | 0               |
| GOVERNO MUNICIPAL                 | 0,0%              | 0               |
| GOVERNOS INTERNACIONAIS           | 0,0%              | 0               |
| LEGISLATIVO ESTADUAL              | 0,0%              | 0               |
| LEGISLATIVO MUNICIPAL             | 0,0%              | 0               |
| LÍDERES DE RELIGIÕES E CRENÇAS    | 0,0%              | 0               |
| ORGANISMOS INTERNACIONAIS         | 0,0%              | 0               |
| PROFISSIONAIS DA SAÚDE            | 0,0%              | 0               |
| PROFISSIONAL DO ESPORTE           | 0,0%              | 0               |

## Temas

O Quadro 21 apresenta os temas Cidadania e Arte e Cultura como os mais abordados pelos programas Especiais e, num segundo nível, Comportamento e Política. São temas importantes quando combinados e apontam para a qualidade e ousadia da abordagem os programas analisados.

Comunicação é o tema abordado, em terceiro lugar e possui interface privilegiada com os temas Educação, Ciências Sociais e Humanas e Economia que aparecem em quarto lugar.

**Quadro 21 – Temas em Especial**

| 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        |

## 6.6 MAP PUBLICIDADE

O Módulo Publicidade foi incluído devido às características da TV BRASIL e gerou 3 relatórios detalhados, conforme mostra o Quadro 22.

Evidentemente que a Publicidade tem linguagem e lógicas próprias de comunicação e ocupa os espaços que puder pagar ou quando autorizada.

**Quadro 22 – MAP Publicidade e relatórios**

| RS        | Relatório | Relatório                | Módulo        | Edições           | Duração/min   |
|-----------|-----------|--------------------------|---------------|-------------------|---------------|
| <b>11</b> | RS11      | Publicidade              | Publicidade   | 46 peças          |               |
| <b>34</b> | RS34      | Publicidade - Intervalos | Publicidade   | 348 peças         | 89 intervalos |
| <b>51</b> | RS51      | Interprogramas           | Publicidade   | 15                |               |
| <b>03</b> |           |                          | <b>TOTAL:</b> | <b>15 edições</b> |               |

No caso da televisão pública é importante analisar a relação desta publicidade com o conteúdo da televisão. Isto não importa, por exemplo, para emissoras dita comerciais. Nesta direção foram produzidos relatórios detalhados, cujas análises foram guiadas pela seguinte classificação:

| <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    |

Cabe reproduzir os resultados analisados no RS34 considerando que caracterizam as diferentes inserções destes itens na Programação da TV BRASIL, conforme mostra o Quadro 23. A captura foi realizada dia 1º. de setembro de 2014 e corresponde a semana 2 a 08/11/14.

**Quadro 23 – Classificação da Publicidade (Relatório RS34)**

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

## 7. RECOMENDAÇÕES

---

Os resultados da pesquisa e, especificamente, as recomendações indicadas ao final de cada relatório, permitem fazer as seguintes recomendações:

Sobre os OBJETIVOS DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA e os PRINCÍPIOS DA TV BRASIL:

O espaço ocupado pela **TV Brasil**, no sistema de radiodifusão brasileiro, é configurado pelo tempo e conteúdos próprios da comunicação pública e, portanto, incidem para a consolidação e qualidade da democracia e participação da sociedade. Nesta direção, devem ser implementados os mecanismos, espaços, instrumentos para que haja mais debates públicos que se caracterizam pela participação de cidadãos e pela abordagem de temas controversos e opiniões divergentes. Trata-se de processo complexo devido à necessidade de compreender a delimitação e abrangência de temas de interesse público e o direito à informação que podem ocorrer na programação. Esta, por sua vez, deve ocupar espaço com qualidade técnica, qualidade de mediação, inovação e criatividade.

Recomenda-se o incremento da programas e respectivas temáticas de acordo com o que determina a legislação, os objetivos e os princípios da radiodifusão pública que determinam a abordagem de temas de relevância nacional e internacional e desenvolvimento de programação dirigida à promoção da cidadania, através de conteúdos educativos, culturais, artísticos, informativos e científicos. Estes conteúdos requerem abordagem, técnica e qualidade próprias do jornalismo, do entretenimento e da informação.

O eixo central da programação está na “promoção da cultura nacional” e na interatividade estabelecida entre regionalidades e com produtos culturais internacionais como aqueles gerados por países africanos. Este tipo de programação deve ser incrementado, na medida em que estimula as produções locais, regionais e independentes e permite o reconhecimento das diferenças culturais, étnicas e de posicionamento.

Em toda a programação identifica-se o respeito aos valores éticos, sociais, individuais, familiares, religiosos, políticos, de gênero e opção sexual. Recomenda-se, a ampliação de debates sobre temas relacionados a estes valores que incidiria na formação e qualificação de opiniões.

A **TV Brasil** inova na programação e este princípio deve ser ampliado quanto à pluralidade e produções e ousadia na abordagem dos conteúdos.

## 8 BIBLIOGRAFIA

ESTEVES, J.P. *Espaço Público e Democracia* – comunicação, processo de sentido e identidade social. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2003.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**. Florianópolis: Insular, 2009.

**Lei Federal 11.652/2008**. Disponível em: <http://bit.ly/1BX9TCU>. Acesso em: 14/12/2014.

WEBER, M.Helena. Na Comunicação Pública, a captura do voto. **Revista Logos: Mídia e Democracia**, n. 27, ano 14, 2º sem/2007. p. 21-42.

\_\_\_\_\_. Relatório de Gestão do Exercício 2013. Brasília: Secom, 2014b. Disponível em: <http://bit.ly/1A6ISse>. Acesso em: 17/12/2014.

\_\_\_\_\_. Repórter Brasil estreia novo cenário nesta segunda. **TV Brasil**, 30 mai. 2013. Disponível em: <http://bit.ly/1NynuFi>. Acesso em: 12/12/2014.

BARROS, Antonio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum. Identidade e programação das emissoras de televisão do campo público: estudo comparativo de quatro canais federais brasileiros. **ALCEU**. v. 12, n.24. jan./jun. 2012. p. 180-203.

BBC BRASIL. Congresso, governo e Justiça dão resposta às ruas. **BBC Brasil**, 26 jun. 2013. Disponível em: <http://bbc.in/1whyzVC>. Acesso em: 31/10/2014.

BLUMLER, Jay G.; GUREVITCH, Michael. **The Crisis of Public Communication**. Nova York: Routledge, 1995.

BOLAÑO, Ricardo S. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

BRANDÃO, Elisabeth P. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo, Atlas, 2009.

BRANDÃO, Elisabeth. Significados e história da Comunicação Pública

(<http://www.mundorp.com.br/bethbrandao.htm>)

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://bit.ly/1dFiRrW>. Acesso em: 12/12/2014.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

DUARTE, Elizabeth B. Reflexões sobre os gêneros e formatos televisivos. In: DUARTE, Elizabeth B.; CASTRO, Maria L. D. de (orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 19-30.

DUARTE, J. *Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007

ESTEVES, João Pissarra. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2012.

FRANÇA, Vera. Tevê, Jornalismo e Acontecimento. In: GOMES, Itânia M. M. **Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos**. Salvador: Edufba, 2012. p. 329-248.

GOMES, W. S.; MAIA, R.C.M. *Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

GUARESCHI, Pedrinho. **O Direito Humano à Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2013.

HAGEN, Sean. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal**: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

- INTERVOZES. **Contribuições para a construção de indicadores do direito à comunicação.** São Paulo: Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2010.
- KOTSCHO, Ricardo. TV Pública: espaço da pluralidade. In: CARMONA, Beth et al. (org.). **O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade.** Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003. p.76-77.
- KUNSCH, Margarida (org). *Comunicação Pública, sociedade e cidadania.* São Caetano do sul (SP): Difusão, 2011 DE MASI, O.A. (Comp.). *Comunicación gubernamental.* Buenos Aires: Paidós, 2006.
- LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A Melhor TV do Mundo: o modelo britânico de televisão.** São Paulo: Summus, 1997.
- LEAL FILHO. **Vozes de Londres: Memórias Brasileiras da BBC.** São Paulo: Edusp, 2008.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** 2a.ed. São Paulo: Senac, 2001.
- MAIGRET, Éric. **Sociologia da Comunicação e das Mídias.** São Paulo: SENAC, 2010.
- MARTINS, Luiz (Org.). *Algumas abordagens em comunicação pública.* Brasília: Casa das Musas, 2003
- MARTINS, Nísia. Informação na Tevé: a estética do espetáculo. In: DUARTE, Elizabeth B.; CASTRO, Maria L. D. de (orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 125-138
- MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política.** 5a ed. revista e ampliada. Petrópolis: Vozes, 2010.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- MIOLA, Edna. **Sistema Deliberativo e Tensões entre Interesses Públicos e Privados: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na imprensa.** Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.
- MIRANDA, Adrián; SANTAGATA, Gabriel. Televisión pública, nuevas realidades, nuevos contextos: qué modelos. In: GUÉRIN, Ana I. et al. (org.) **Pensar la televisión pública: qué modelos para América Latina.** Buenos Aires: La Crujía, 2013. p. 21-27.
- OLIVEIRA, Maria J.C. (org) *Comunicação Pública.* Campinas: Alinea, 2004
- OTONDO, Teresa Montero. **Televisão Pública: para quem e para quê?** São Paulo: Annablume, 2012.
- PARK, Robert E. Notícia e o Poder da Imprensa. In: BERGER, C.; Marocco, B. **A Era Glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa.**v. 2. p. 71-82.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV: manual de telejornalismo.** 2a ed., revisada e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- PORTO, Mauro. **Enquadramentos da mídia e política.** In: *Comunicação e Política: conceitos e abordagens.* São Paulo: Unesp, 2004.
- RAMOS, M.C.; SANTOS, S. (Orgs.). *Políticas de Comunicação: Buscas teóricas e práticas.* São Paulo: Paulus, 2007.
- RAMOS, Murilo César. **Empresa Brasil de Comunicación (EBC): análisis de su modelo institucional.** In: GUÉRIN, Ana I. et al. (org.) *Pensar la televisión pública: qué modelos para América Latina.* Buenos Aires: La Crujía, 2013. p. 311-337.
- REVISTA ORGANICOM. *Comunicação Pública e Governamental.* São Paulo: ABRACORP/USP, Ano 3, No.4, 2006 – [www.revista.organicom.org.br](http://www.revista.organicom.org.br)
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **60 Anos de Jornalismo na TV Brasileira: percalços e conquistas.** In: VIZEU, Alfredo (org.). *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica.* Florianópolis: Insular, 2010.
- RINCÓN, Omar (org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público**. São Paulo: Unesp, 2011.

SANT'ANNA, F. *Mídia das Fontes* – um novo ator no cenário jornalístico brasileiro. Brasília (DF): Senado Federal, 2009

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a Notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SECOM (Secretaria de Comunicação da Presidência da República). Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014a. Disponível em: <http://bit.ly/1n35YOv>. Acesso em: 15/12/2014.

SINGER, André et al (org) *No Planalto com a Imprensa* – entrevistas de secretários de imprensa e porta-vozes de JK a Lula. Recife: Ed. Massangana –Fundação Joaquim Nabuco/ SECOM, 2010

TV BRASIL. **Sobre a TV Brasil**. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/sobreatv>. Acesso em: 22/12/2014.

WEBER, M.H. *Entre Jornalismo e Poderes*. In: *Jornalismo Contemporâneo – figurações, impasses e perspectivas*. SILVA, G;KUNSCH,D;BERGER,C;ALBUQUERQUE.

WEBER, M.H. *Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião*. In: KUNSCH, Margarida. (Org.). *Comunicação Pública, sociedade e cidadania*. 01ed.São Caetano do Sul: Difusão, 2011, p. 101-120.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

ZÉMOR, Pierre. *A Comunicação pública*. In: MARTINS, Luiz (Org.). *Algumas abordagens em comunicação pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003, p. 76-103.

ZÉMOR, Pierre. **A Comunicação Pública**. Tradução e comentários de Elisabeth Brandão. In: MARTINS, Luiz (org.). *Algumas Abordagens em Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003. p. 76-103.

---

---

## **APÊNDICES** **(relatórios anexados)**

---