



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

DENOMINAÇÃO DA TV BRASIL	DENOMINAÇÃO DA PESQUISA UFRGS/EBC
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
1. INFORMAÇÃO	Aulas
	Debates
	Documentário
	Entrevistas
	Outro
2. JORNALISMO	Grande reportagem
	Entrevistas
	Telejornal
	Outro
3. ENTRETENIMENTO	Dramaturgia
	Esportes
	Filmes
	Shows/ espetáculos
	Outro
4. INFANTIL	Animação
	Dramaturgia
	Filmes
	Estúdio
	Outro
5. PUBLICIDADE	Campanha pública
	Institucional
	Chamadas
	Merchandising
	Apoio/patrocínio
	Propaganda política
	Publicidade Institucional
6. ESPECIAIS	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) Celebidades
- 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

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

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

INFORMAÇÃO	CONHECIMENTO	ARTE	INFANTIL
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. Mentas 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 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 + 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 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
TEMPO TOTAL:				15.311 minutos	

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
10		TOTAL:	55 matérias e 86 edições		4.120 min

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
20			TOTAL:	168 edições	8.257 min

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

VOZES E FONTES	PERCENTUAL	UNIDADES
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
7	RS7	Aglomerado	Entretenimento	7	420
14	RS14	Filmes	Entretenimento	85	X
22	RS22	Samba na Gamboa	Entretenimento	8	480
26	RS26	Paratodos	Entretenimento	8	208
38	RS38	Windeck	Entretenimento	8	320
40	RS40	Expedições	Entretenimento	8	320
43	RS43	Arte do Artista	Entretenimento	8	208
07		TOTAL	85 filmes e 47 edições		1.836 min

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
8	RS8	Igarapé Mágico	Infantil	13	420
15	RS15	Teco Teco	Infantil	16	240
49	RS49	Análise da programação	Infantil	x	x
50	RS50	Análise da programação	Infantil	x	x
04			TOTAL	29	435 min

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			TOTAL	29	868 min

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

VOZES E FONTES	PERCENTUAL	UNIDADES
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
11	RS11	Publicidade	Publicidade	46 peças	
34	RS34	Publicidade - Intervalos	Publicidade	348 peças	89 intervalos
51	RS51	Interprogramas	Publicidade	15	
03			TOTAL:	15 edições	

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)

FORMATO DA PUBLICIDADE	ASSINATURA	TOTAL DE 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%

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: Intervezes – 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 Tevê: 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
- 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)**
