



A PRESENÇA DOS OBJETIVOS E PRINCÍPIOS DA RADIOFUSÃO PÚBLICA EM CONTEÚDOS DE INFORMAÇÃO NA TV BRASIL

Núcleo de Comunicação Pública e Política

Yago Rafael Chagas de Souza Renato do Nascimento – yago-sn@hotmail.com

Prof.^a D.ra Maria Helena Weber (orientadora)

INTRODUÇÃO

Este trabalho faz parte dos resultados do projeto Monitoramento, Análise e Relatoria da Programação da TV Brasil, realizado através de convênio entre a UFRGS/FABICO/PPGCOM e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A pesquisa foi realizada no período de 1º de março de 2014 a 28 de fevereiro de 2015. As análises estão fundamentadas na Constituição da República Federativa do Brasil, no que diz respeito à radiodifusão, em especial o art. 223, e na Lei 11.652, de 7 de abril de 2008, que dispõe sobre os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública no país e, em perspectiva teórica, pelo conceito de comunicação pública, compreendida como a comunicação voltada ao interesse público e que integra, através da esfera pública, o Estado e a sociedade civil nas democracias, a fim de gerar redes de circulação de temas de interesse público, com vistas ao debate público e a noção de direito à comunicação.

OBJETIVOS

Com base nos relatórios de análises semanais da programação, pertencentes ao módulo Informação, tem-se por objetivo verificar em que medida os princípios da comunicação pública referidos na legislação brasileira estão sendo contemplados pela TV Brasil.

METODOLOGIA

As análises estão fundamentadas na Constituição da República Federativa do Brasil, no que diz respeito à radiodifusão, em especial o art. 223, e na Lei 11.652, de 7 de abril de 2008, que dispõe sobre os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública no país e, em perspectiva teórica, pelo conceito de comunicação pública, compreendida como a comunicação voltada ao interesse público e que integra, através da esfera pública, o Estado e a sociedade civil nas democracias, a fim de gerar redes de circulação de temas de interesse público, com vistas ao debate público e a noção de direito à comunicação. Foram utilizadas metodologias qualitativas e quantitativas na coleta e interpretação dos dados. O módulo Informação foi analisado em vinte relatórios, totalizando 168 edições ou 8.257 minutos de programação. Esses relatórios incluem os seguintes programas: Sem Censura, Espaço Público, 3 a 1, Observatório da Imprensa, Brasilianas.org, Ver TV, Papo de Mãe, Arte do Artista, Ser Saudável, Programa Especial, Visual, Nova África, Aglomerado e Estúdio Móvel.

RESULTADOS

De acordo com a análise dos dados obtidos, verificou-se a predominância das seguintes vozes e fontes (Quadro 1) e dos seguintes temas (Quadro 2).

CONCLUSÃO

Com base na análise das edições selecionadas dos programas pertencentes à categoria Informação, verificamos a pertinência do conteúdo veiculado para os objetivos da comunicação pública e da TV Brasil. O material analisado atende de forma satisfatória os princípios norteadores da comunicação pública adotados nesta pesquisa, sendo destacáveis os que se referem à formação do pensamento crítico do cidadão, do direito do acesso à informação, do oferecimento de mecanismos que fomentem o debate público, a pluralidade de vozes e fontes e abordagem de temas de relevância nacional e internacional.

Vozes e Fontes em Informação – Quadro 1

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 em Informação – Quadro 2

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