

A presença de objetivos e princípios da radiodifusão pública no jornalismo da TV Brasil¹

Bruna ANDRADE²

Jéssica TRISCH³

Lisiane PERFEITO⁴

Yago Rafael do NASCIMENTO⁵

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Este trabalho foi desenvolvido a partir dos resultados do projeto de pesquisa sobre a programação da TV Brasil, realizado através de convênio entre a UFRGS/FABICO/PPGCOM e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), no período de março de 2014 fevereiro de 2015. Essa análise foi realizada com base em relatórios de análises semanais da programação sobre o módulo Jornalismo e tem por objetivo verificar em que medida os princípios da radiodifusão pública são respondidos pelo material jornalístico veiculado na TV Brasil, especificamente.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Jornalismo; TV Brasil; Radiodifusão Pública

1. Introdução

O desenvolvimento desse texto está baseado no debate sobre comunicação pública, nos princípios e objetivos da radiodifusão pública (Lei 11.652/2008) e nas características da TV Brasil. Com estas perspectivas serão analisados, de modo sintetizado, os conteúdos jornalísticos, considerando, especialmente, os temas e vozes abordadas pelos programas, e os princípios da radiodifusão pública. A amostra trabalhada foi constituída por 86 edições dos programas Repórter Brasil Noite, Repórter Brasil Tarde e Caminhos da Reportagem, além de 55 matérias da cobertura especial das Eleições 2014, totalizando 4.120 minutos de programação jornalística.

A metodologia desenvolvida na pesquisa sobre a programação da TV Brasil, considerou aspectos da programação referentes ao conteúdo e à forma. Inicialmente, a programação da emissora foi organizada em seis Módulos de Análise da Programação

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Pesquisa coordenada pelos professores doutores Maria Helena Weber, Maria Berenice Machado, Rudimar Baldissera e Sean Hagen.

² Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da FABICO/UFRGS, bolsista de iniciação científica CNPq, email: bruna.andrade@ufrgs.br.

³ Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Jornalismo da FABICO/UFRGS. email: jessicatrish@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação do 8º semestre do curso de Relações Públicas da FABICO/UFRGS. email: lisi-perfeito@hotmail.com.

⁵ Estudante de Graduação do 4º semestre do curso de Relações Públicas da FABICO/UFRGS. email: yago-sn@hotmail.com.

(MAP): *Informação, Jornalismo, Entretenimento, Infantil, Publicidade e Especiais*. No módulo *Jornalismo*, foram incluídos os programas de grande reportagem, entrevistas e telejornalismo. Ao longo das 53 semanas de duração da pesquisa, foram produzidos 73 relatórios que compreendem as análises dos seis módulos descritos. O módulo *Jornalismo* foi analisado em dez relatórios.

A classificação dos conteúdos da programação privilegiou dimensões quantitativas e qualitativas vinculadas aos aspectos técnicos, estéticos e à identificação de temas e vozes, considerando os objetivos da radiodifusão pública. Na análise do conteúdo de jornalismo, verificou-se que existe diversidade nas temáticas trazidas pela TV Brasil, sendo *Cidadania, Política e Segurança* as categorias de temas mais abordadas. Quanto às fontes, o jornalismo da emissora apresenta pluralidade de vozes, contemplando diferentes pontos de vista acerca dos fatos noticiados. Entre as fontes mais frequentes estão os *Cidadãos*, presentes em 92,5% das edições analisadas, *Especialistas*, presentes em 67,2%, e *Governo Federal*, em 50,8% das edições.

Em relação aos princípios da radiodifusão pública, a abordagem de temáticas diversificadas, com ênfase nas categorias citadas, e a presença de cidadãos na quase totalidade das edições analisadas são características positivas. Entretanto, a emissora não atinge plenamente os objetivos legais estabelecidos, havendo a necessidade de avanços na programação jornalística, como o maior aprofundamento de algumas matérias e a qualificação da participação do cidadão, a fim de atender a necessidade social de uma comunicação pública de qualidade.

2. Comunicação e radiodifusão pública

As emissoras de rádio e televisão não-comerciais estão presentes no Brasil desde o princípio da radiodifusão no país, como foi o caso da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Entretanto, é somente com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007, que se fortalece a ideia de um sistema nacional de emissoras não apenas não-comerciais, mas públicas. Desde então, aprofunda-se o debate em torno dos conceitos de *comunicação pública e radiodifusão pública* e seus princípios e objetivos, e até que ponto a EBC, por meio das emissoras que comanda, vem conseguindo cumprir com o seu papel de empresa pública de comunicação.

De acordo com Weber (2007) “comunicação pública é um conceito confortável porque sua liquidez serve a diferentes abordagens teóricas e sua complexidade só aparece

no momento de sua exequibilidade” (p. 24). Nesse sentido, podemos encontrar diversos significados para a expressão. Ela pode ser usada para designar emissoras públicas de rádio e televisão, comunicação governamental, comunicação política e científica, etc. Esses múltiplos usos para a expressão demonstram que, também como conceito, a comunicação pública ainda vive um processo de construção.

Em alguns entendimentos comunicação pública pode, ainda, ser a tentativa de utilizar a comunicação para melhorar a vida das pessoas (DUARTE, 2012), ou como a circulação de temas de interesse público:

Defende-se que a comunicação pública não pode ser determinada, apenas, a partir de legislação ou estruturas, mas é configurada pela circulação de temas de interesse público, nos modos de debater e repercutir esses temas, sem controle direto. Trata-se da comunicação pública constituída pela abordagem e circulação de temas vitais à sociedade, ao Estado e à política, vinculados a decisões só possíveis na representação política e na esfera dos poderes públicos. (WEBER, 2007, p.24)

Considerando os processos de midiatização vivenciados nas sociedades contemporâneas, a abordagem e circulação dos temas de interesse público ocorre em redes sociais, via web, mas, principalmente, pelos meios de comunicação de massa. Assim, na medida em que tornam o espaço público menos vulnerável a pressões de poderes econômicos e governamentais e mais democrático e inclusivo (BUCCI, 2010; BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012), as emissoras de radiodifusão públicas têm a missão de garantir esse lugar de circulação dos temas de interesse público.

Para que essas emissoras exerçam plenamente o seu papel público, elas precisam atender a alguns requisitos. Alguns estudiosos fazem um panorama mais abrangente de características que devem ser comuns às empresas públicas de comunicação, colocando entre elas questões relacionadas à programação e abrangência territorial (BARENDT, 1995 *apud* BUCCI, CHIARETTI e FIORINI, 2012). Entretanto, três características parecem ser mais ou menos consensuais e dizem respeito à natureza jurídica, padrão de financiamento e modo de gestão.

A natureza jurídica, evidentemente, não deve ser privada. Entretanto, a emissora pode estar vinculada a fundações de direito privado ou OSCIPS. Ela ainda pode ser estatal, desde que haja mecanismos na sua gestão que garantam a sua autonomia. O financiamento também deve ter caráter público. Ele pode vir por meio de taxas cobradas de cada domicílio, como acontece no Reino Unido, ou, como é o caso brasileiro, das empresas de telecomunicação, também pode vir através de doações voluntárias, como nos Estados

Unidos, ou como repasse orçamentário, como também acontece no Brasil. O que importa aqui, segundo Bucci (2010), “é que a origem do dinheiro não se reflita, nem mesmo indiretamente, na orientação editorial da emissora” (p.11). Quanto à gestão, a emissora pública deve ser independente e autônoma, podendo contar com a participação da sociedade civil através de conselhos administrativos, curadores, etc.

Dentro dessa lógica, em meados do século XX, começaram a surgir na Europa os sistemas públicos nacionais de emissoras de radiodifusão. Nos países europeus a televisão nasce pública, como um provimento do estado de bem-estar social que vigorava naquele momento. Embora, em países como a Inglaterra, por exemplo, as emissoras públicas ainda ocupem lugar de destaque e liderança em termos de prestígio e audiência, após os anos 1980 houve um movimento de privatização de canais públicos e se estabeleceu um equilíbrio entre os sistemas público e privado de rádio e televisão na Europa.

No Brasil, temos uma longa história de emissoras (educativas e estatais) que visaram cumprir papéis mais ou menos públicos. Entretanto, na origem da televisão no Brasil e na sua distribuição ainda hoje, há o predomínio do sistema comercial privado. Em 2007, o 1º Fórum de TVs Públicas, realizado pelo Ministério da Cultura e Radiobrás, com a participação das emissoras do campo público, preparou através das propostas da *Carta de Brasília* as bases para a fundação da EBC. No mesmo ano, então, foram criadas a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e sua emissora nacional de televisão, a TV Brasil. Além de reunir as emissoras públicas federais, a EBC também assumiu a missão de articular e implementar a Rede Nacional de Comunicação Pública.

Segundo Valente (2009b, p.269), a EBC nasce com a intenção de “superção do passado de atrelamento dos canais públicos aos governos e autoridades para apontar na direção da construção de iniciativas efetivamente públicas”. Ela é responsável hoje pela gestão da TV Brasil, TV Brasil Canal Integración e NBR - canal do governo federal. A TV Brasil foi criada para ser o primeiro canal efetivamente público a ter abrangência nacional e tem sua programação voltada principalmente para programas jornalísticos, de informação, culturais e infantis. Além das emissoras de televisão, a EBC também opera sete emissoras de rádio: Nacional FM Brasília, Nacional Rio AM, Nacional Alto Solimões, Nacional Brasília AM, Nacional Amazônia, MEC Rio FM e MEC AM Rio.

3. Princípios e objetivos da comunicação pública no Brasil

As emissoras públicas existem para garantir o direito dos cidadãos à informação e à comunicação e só concretiza seus objetivos se estiver de fato a serviço da sociedade. Por isso, tanto os textos acadêmicos quanto os textos legais que discorrem sobre os princípios e objetivos da radiodifusão pública colocam a responsividade à sociedade civil, bem como aos princípios da democracia e da cidadania, como o grande eixo norteador desses preceitos.

No Brasil, as emissoras públicas são mais comumente compreendidas enquanto alternativas ao modelo comercial, como um “espaço democrático necessário entre o mercado e o Estado” (VALENTE, 2009a, p. 45). Assim, o “campo público” de radiodifusão abrange também emissoras educativas, universitárias, comunitárias, etc. Nessa concepção, as emissoras públicas devem entender a diversidade dos públicos e atender as suas diferentes demandas informativas e culturais e o público deve conseguir identificar nessa programação o que a distingue da televisão comercial.

Ao buscar outros parâmetros de qualidade inovadores, diversos e mais profundos, a mídia pública apresenta outros referenciais que podem qualificar a condição do receptor em relação às mensagens dos meios comerciais, seja pela apresentação de outras versões daquela informação, seja pelo estímulo frequente à reflexão crítica acerca dos fenômenos, bem como de seus relatos. (VALENTE, 2009a, p.35)

A partir desse entendimento de emissoras públicas é que a Lei 11.652, de 7 de abril de 2008, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação, instituindo também os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública. Através dessa lei, o público, previsto na complementariedade dos sistemas privado, público e estatal no art. 223 da Constituição Federal de 1988, ganha uma definição e orientações legais.

De acordo com a lei de 2008 os princípios da radiodifusão pública são:

Complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal; promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo; produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas; promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente; respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família; não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual; observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão; autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira. (BRASIL, 2008).

Como objetivos do serviço público de radiodifusão, a lei prevê:

oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional; a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação; cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão; apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes; buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos; direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores; promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos. Parágrafo único. É vedada qualquer forma de proselitismo na programação. (BRASIL, 2008).

Os princípios e objetivos da radiodifusão pública brasileira indicam uma programação que possa privilegiar os valores democráticos com a promoção de debates, diversidade, igualdade, promoção das culturas nacionais e regionais voltadas para a educação, arte, ciência, cultura e informação. Estes aspectos, somados a valores éticos, sociais e políticos, apontam para a importância da programação para a valorização da cidadania.

A televisão pública tem o papel de garantir a circulação dos temas de interesse público e os direitos à informação e à comunicação dos cidadãos. Assim, os princípios e objetivos da radiodifusão pública orientam enfaticamente no sentido da constituição de uma programação informativa. Nesse sentido, é o jornalismo o lugar privilegiado da discussão dos temas de interesse público e da informação. Gutmann (2012) define o jornalismo como “uma arena que, ao integrar atores e espectadores do debate público, possuiria a missão de informar sobre os fatos atuais do mundo que teriam impacto na vida do cidadão, contribuindo, assim, para o bom funcionamento da democracia” (p.26).

Assim como nos outros gêneros da programação, o jornalismo da televisão pública precisa focar no cidadão, fomentando a construção da cidadania ativa e a consolidação da democracia. Nessa perspectiva, para Gentilli (2002), o direito à informação seria um direito-meio decisivo no processo de aprofundamento democrático e pressuposto para que os cidadãos possam desfrutar plenamente dos direitos-fim: políticos, sociais e civis. Em

sentido complementar, Guareschi (2006) argumenta em favor do direito à comunicação, que também está previsto nos preceitos que orientam a radiodifusão pública no país.

4. Princípios e objetivos da radiodifusão pública no jornalismo da TV Brasil

Este trabalho faz parte dos resultados obtidos pela pesquisa sobre a programação a TV Brasil, que obedeceu a metodologia, técnicas e instrumentos capazes de contemplar aspectos referentes ao conteúdo e à forma e ao sentido desta combinação própria da televisão. A fim de estabelecer uma análise mais profunda no que diz respeito à qualidade e à importância da programação da TV Brasil, conteúdo e forma foram dissociados - embora essa separação não exista de fato na relação entre meios de comunicação de massa e audiência.

O conteúdo, nesta pesquisa, passou a compreender três grandes indicadores: temas abordados, vozes e fontes de informação evidenciadas pelo programa e identificação de princípios e objetivos da radiodifusão pública do programa. Quanto ao formato, os indicadores foram a veiculação (dia e horário, tempo de duração, caracterização do programa), a qualidade técnica/estética (edição de imagem, edição de som, figurino, cenário e iluminação, artes e grafismos) e o desempenho de apresentadores e/ou mediadores (postura, segurança, autocontrole, domínio sobre assuntos e temas abordados, qualidade da relação com os entrevistados e/ou participantes, apresentação visual, figurino e maquiagem, outros aspectos considerados relevantes pelo pesquisador).

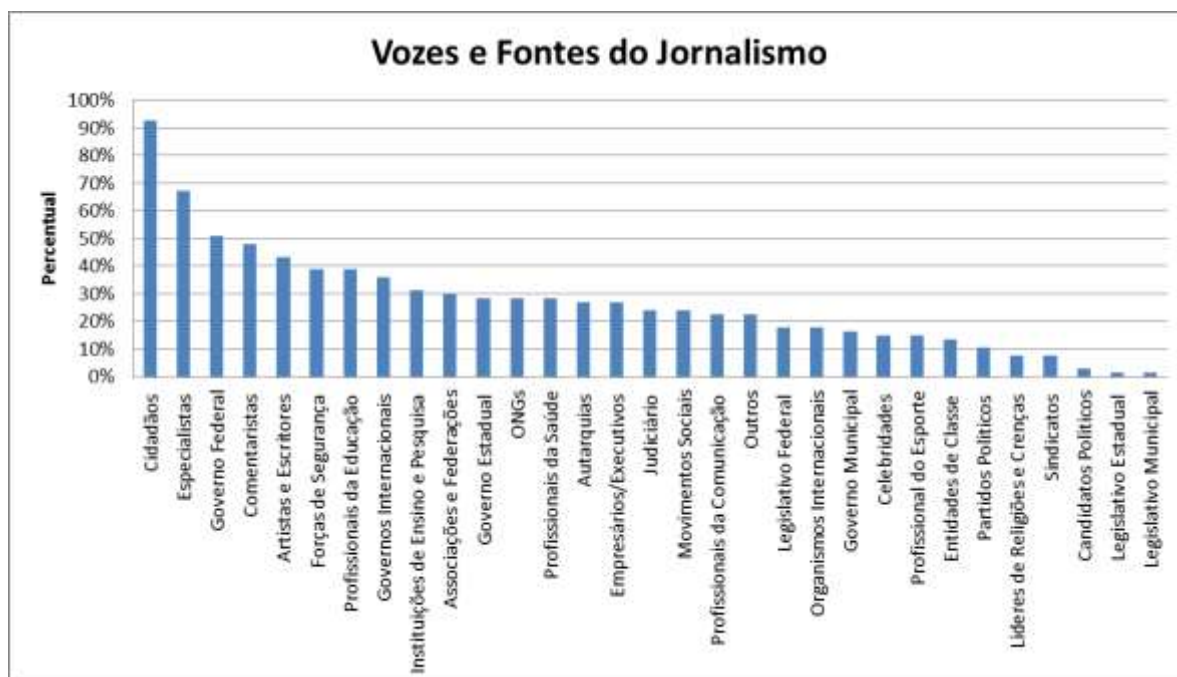
Com o objetivo de analisar a adequação do jornalismo da emissora aos princípios da radiodifusão pública, aqui serão considerados apenas os aspectos referentes ao conteúdo. Nesse sentido, serão analisados os temas abordados e as vozes e fontes de informação presentes nos programas, a fim de identificar a presença dos princípios e objetivos da radiodifusão pública. A análise das vozes, fontes e temas também se vincula à relação da TV Brasil com os preceitos da radiodifusão pública, tendo em vista que devem ser a base para as reportagens da emissora.

A abordagem adotada consistiu em uma aproximação de caráter exploratório da grade de programação da TV Brasil como um todo, obedecendo à lógica de triangulação quali-quantitativa na obtenção e interpretação dos dados. Como foi dito, a programação foi dividida a partir da classificação em módulos denominados de Módulos de Análise da Programação (MAPs), totalizando seis grandes grupos: *Informação*, *Jornalismo*, *Entretenimento*, *Infantil*, *Publicidade* e *Especiais*. No módulo *Jornalismo* foram

enquadrados três programas: Repórter Brasil Noite, Repórter Brasil Tarde e Caminhos da Reportagem, que tiveram 86 edições e 55 matérias da cobertura sobre Eleições de 2014 analisadas.

4.1.1. Vozes e fontes do jornalismo

A identificação das vozes e fontes privilegiadas pelos programas totalizou 31 categorias capazes de representar a sociedade, instituições e diferentes poderes constituídos, sendo elas: *Artistas e Escritores, Associações e Federações, Autarquias, Candidatos Políticos, Celebidades, Cidadãos, Comentaristas, Empresários/Executivos, Entidades de Classe, Especialistas, Forças de Segurança, Governo Estadual, Governo Federal, Governos Internacionais, Governo Municipal, Instituições de Ensino e Pesquisa, Judiciário, Legislativo Estadual, Legislativo Federal, Legislativo Municipal, Líderes de Religiões e Crenças, Movimentos Sociais, Ongs, Organismos Internacionais, Outros, Partidos Políticos, Profissionais da Comunicação, Profissionais da Educação, Profissional do Esporte, Profissionais da Saúde e Sindicatos.*



Fonte: Pesquisa sobre a Programação da TV Brasil UFRGS/EBS/TV Brasil, 2015

As duas edições diárias do Repórter Brasil e o Caminhos da Reportagem apresentam pluralidade de vozes que contemplam mais de um ponto de vista acerca dos fatos noticiados. Essa diversidade é notada no gráfico acima pela presença das 31 categorias diferentes de vozes, sendo que 19 delas têm frequência nas matérias superior a 20%. A

categoria de fontes mais presente é *Cidadãos*. Eles participam em 92,5% das edições analisadas do jornalismo. No Repórter Brasil (Tarde e Noite) a presença desses cidadãos na quase totalidade das edições analisadas, por um lado, pode ser considerada positiva, já que demonstra a preocupação da emissora em produzir um jornalismo que não seja pautado exclusivamente pelas fontes oficiais e ligadas às instâncias de poder. Além disso, este aspecto contribui para que a TV Brasil cumpra seus objetivos relacionados à promoção da cidadania e ao acesso dos cidadãos à informação jornalística, ao conhecimento e às manifestações culturais. Jorge Duarte (s/d) argumenta que o cidadão “precisa ser atendido, orientado, ter possibilidade de falar e saber que prestam atenção ao que diz” (p.4).

Por outro lado, em alguns momentos essa participação do cidadão fica limitada a testemunhos sem grande aprofundamento ou protagonismo desse cidadão. Nesses casos, a presença dessa fonte na cobertura jornalística não apresenta diferenças significativas em relação ao jornalismo das emissoras comerciais. O jornalismo na televisão pública precisa explorar melhor a presença desse cidadão e pensar em formatos que fujam da dinâmica do “fala-povo”, em que transeuntes e usuários de redes sociais são convidados a contribuir com manifestações rápidas de opinião, sem muito aprofundamento. Como lembra Bucci (2010), além de espectadores, os cidadãos tem o direito de serem autores e agente da emissora pública. Também o *Manual de Jornalismo da EBC* coloca a participação qualificada do cidadão como uma orientação na produção jornalística das suas emissoras:

[...] o jornalismo da EBC se submete ao interesse público e mantém vivas duas linhas de interação: o foco no cidadão – que tradicionalmente orienta a escolha e o tratamento das matérias – e o foco do cidadão. Esses vetores influenciam, impactam e definem o conteúdo do jornalismo da EBC. Em um, o jornalismo percebe o cidadão, para direcionar a ele seu conteúdo. No outro, o cidadão é quem focaliza a EBC – demanda, critica, sugere e participa. (EBC, 2013, p.28)

Já no Caminhos da Reportagem chama a atenção a quantidade de fontes presentes em cada edição - em média 15 fontes por programa - que, além de diversificadas, também demonstram ser fontes qualificadas de informação. Isso destaca a preocupação do programa em aprofundar os temas tratados e buscar diversidade de pontos de vista e opiniões sobre os assuntos reportados. Nesse sentido, o programa é adequado ao formato da grande reportagem, que pressupõe um relato construído a partir de variados pontos de vista, oferecendo ao público um retrato aprofundado acerca de temáticas e acontecimentos.

Nesse programa também se destaca a presença frequente de cidadãos entre as fontes entrevistadas e o mais importante é a forma como se fazem presentes nas reportagens. Diferentemente do tipo de participação mais comum nos telejornais da emissora, limitada a

breves testemunhos, neste programa os cidadãos aparecem como fontes qualificadas e protagonistas dos acontecimentos relatados.

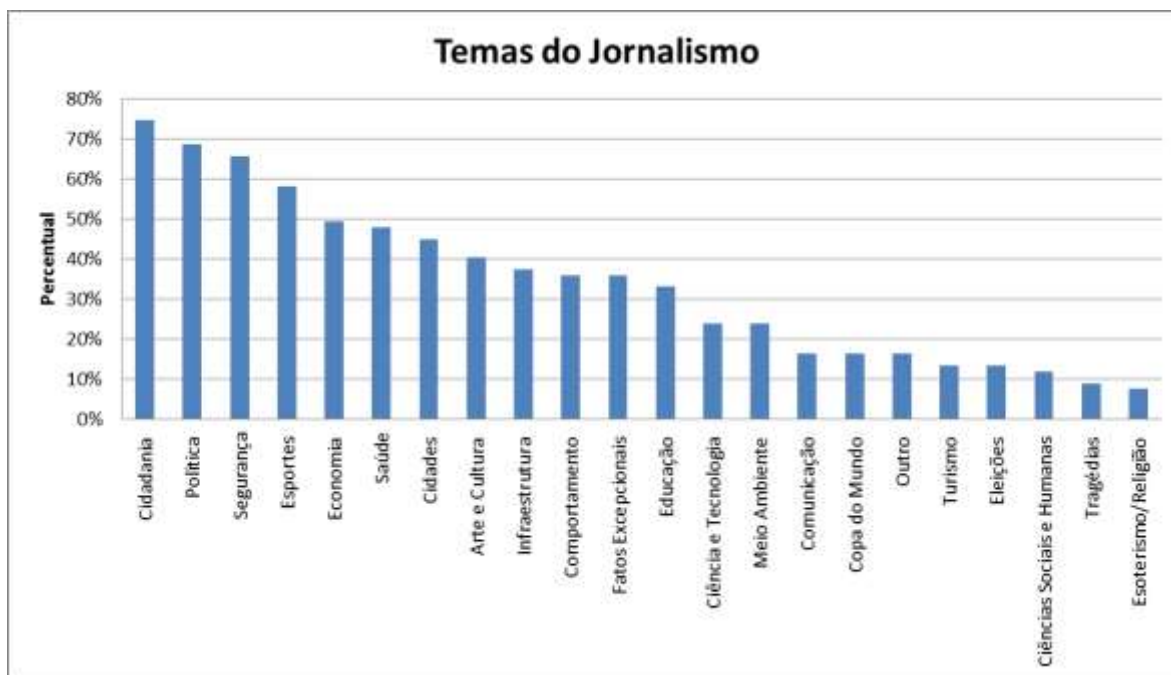
A segunda participação mais frequente é a dos *Especialistas*, presentes em 67,2% das edições analisadas. Nesta categoria, estão pesquisadores, economistas, cientistas políticos, entre outras fontes com conhecimento aprofundado sobre o tema. Para consolidar a programação como informativa, é importante a presença desses especialistas que qualificam a reportagem ou abordagem, oferecendo informações pertinentes e aprofundadas sobre os assuntos em pauta. Outras fontes recorrentes são as ligadas ao *Governo Federal*, que podem ser representantes de ministérios, secretarias ou do Planalto. Essa é a terceira categoria mais recorrente, presente em 50,8% das edições. Essas, e as ligadas aos Executivos estaduais e municipais e dos Legislativos das três instâncias, são as chamadas fontes oficiais e são normalmente as que mais precisam de contraponto, principalmente em uma televisão pública. Ao mesmo tempo as fontes oficiais são pertinentes na TV pública para garantir direitos do cidadão ao prestar contas à população.

Especialistas e Governo Federal já são duas categorias de fontes constantes no jornalismo, seja na TV Brasil ou em uma emissora comercial. Elas, com certeza, cumprem papel importante. No entanto, o caminho para a diferenciação da TV Brasil parece estar ao chamar o cidadão a participar, incentivando a participação civil. Nesse sentido, próximo passo seria qualificar, nos momentos que ainda não se consegue, a participação dessa categoria de vozes. Outra diferenciação está na diversidade, que se constata não apenas numericamente, mas como uma pluralidade real de pontos de vista, o que proporciona a qualificação das informações apresentadas.

4.2. Temas do jornalismo

Os temas são indicadores importantes sobre de que maneira a TV Brasil responde aos princípios e objetivos da radiodifusão pública. A seleção dos fatos que serão transformados em notícias e os enquadramentos criados pelo telejornal valorizam, ou desvalorizam, temas importantes.

A pesquisa selecionou 22 categorias temáticas, capazes de reunir os temas abordados pelo telejornal: *Arte e Cultura, Cidadania, Cidades, Ciência & Tecnologia, Ciências Sociais e Humanas, Comportamento, Comunicação, Copa do Mundo, Economia, Educação, Eleições, Esoterismo/Religião, Esportes, Fatos Excepcionais, Infraestrutura, Meio Ambiente, Outros, Política, Saúde, Segurança, Tragédias e Turismo.*



Fonte: Pesquisa sobre a Programação da TV Brasil UFRGS/EBS/TV Brasil, 2015.

Aqui encontramos diversidade nos temas trazidos pelo jornalismo da TV Brasil, visto que, dos 22 temas registrados, 14 têm frequência superior a 20%. *Cidadania*, com 74,6% de frequência nos programas, *Política*, com 68,7%, e *Segurança*, com 65,7%, são as principais temáticas abordadas. A presença de dos temas ligados à cidadania e política entre os principais assuntos abordados pela emissora aponta o interesse em criar uma base de informações úteis ao cidadão no dia-a-dia, para que ele conheça seus direitos e deveres e também para que tenha uma formação crítica para interpretar, ele próprio, os acontecimentos. Já os assuntos de segurança seguem o padrão das emissoras comerciais, que costumam explorar bastante o tema. Entretanto, na abordagem da TV Brasil há uma problematização sobre segurança pública, ao invés da apresentação apenas matérias alarmistas que geram insegurança na população.

Ao trazer essas pautas, a TV Brasil contribui para a construção da cidadania, na formação da consciência crítica do cidadão e, por consequência, na consolidação da democracia. Nesse sentido, além dos princípios da radiodifusão pública, a pluralidade das temáticas no jornalismo da TV Brasil, possibilita o atendimento às demandas de informação de interesse público, já que

A comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionados a temas de interesse coletivo. [...] A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública. (DUARTE, s/d, p.2).

Portanto, a comunicação pública está diretamente relacionada à utilidade pública, indo ao encontro das necessidades da população em relação à prestação de serviços, informações e orientações.

Apesar de o jornalismo apresentar qualidade na abordagem dos temas, existe um grande número de notas que compõem os telejornais, com um consequente enfoque com pouco aprofundamento, como acontece com frequência no noticiário internacional. Além disso, a cobertura feita pelo telejornalismo da emissora, em alguns momentos, não consegue diferenciar-se da praticada pelas emissoras comerciais ao trazer abordagens semelhantes em alguns temas. Exemplo disso é a cobertura dos assuntos relacionados à categoria *Esportes* que, mesmo estando em 58,2% das edições analisadas, contempla basicamente futebol, e não uma variedade de modalidades, como seria o esperado de uma emissora pública que valorize e incentive a prática de uma quantidade maior de esportes. De acordo com Bucci (2010) o papel da comunicação pública é complementar a comunicação privada, ou seja, oferecer aquilo que a segunda não pode por motivos comerciais. Assim, repetindo a televisão comercial, a emissora pública deixa de oferecer para o cidadão esse lugar complementar que ela deve ocupar que está, inclusive, disposto na Constituição Federal.

O objetivo da emissora pública deve ser proporcionar uma formação crítica ao cidadão, não seduzi-lo ou cativá-lo, como é próprio da televisão comercial. Ao tentar copiar ou seguir os moldes mercadológicos, a televisão pública perde os telespectadores que viriam pela qualidade e diferenciação, mas também perde aqueles que veem no seu produto uma cópia mal feita e inferior das grandes redes comerciais. Tais fatores prejudicam a abordagem dos temas propostos e geram questionamentos quanto aos princípios da radiodifusão pública, uma vez que, ao fornecer um mesmo tipo de abordagem, deixaria de fornecer mecanismos para o debate público. Apesar disso, cabe destacarmos que, mesmo não representando a maioria das matérias relacionadas a essas temáticas, em coberturas como a das Eleições, algumas reportagens traziam uma abordagem notadamente diferenciada, apresentando conteúdo qualificado e alinhamento com os princípios da comunicação pública.

Na edição vespertina do Repórter Brasil, há uma tendência de priorizar temáticas afins ao entretenimento, caracterizando a proposta menos densa do horário, em relação, por exemplo, à sua edição noturna. O telejornal deixa a desejar no aprofundamento dos temas em questão. As abordagens utilizadas são predominantemente descritivas e tendem a não problematizar criticamente os assuntos apresentados de maneira a ir além da curiosidade do

público. Este tipo de enquadramento não impede o caráter informativo do telejornal, mas, sem dúvida, dificulta a consolidação de um modelo diferenciado de telejornalismo, de maior relevância no cotidiano das populações e afinado com o princípio da cidadania. As pautas, assim constituídas, deixam de lado a problematização das causas e impactos sociais de cada notícia.

Em contrapartida, as temáticas abordadas nas edições analisadas do Caminhos da Reportagem são relevantes e alinhadas ao interesse público, com predomínio de reportagens sobre *Arte e Cultura, Cidadania, Comportamento, Ciências Humanas e Sociais, Comunicação, Educação, Infraestrutura, Meio Ambiente, Política e Saúde*. As edições analisadas tematizaram questões de elevado interesse nacional, como as condições de vida dos negros no Brasil, a herança do Golpe Militar de 1964 e a exploração sexual de menores do país. Destaca-se a variedade de temas abordados no programa e a profundidade das abordagens como aspectos positivos do programa e adequados ao conceito de reportagem e aos princípios da radiodifusão pública.

Assim, mesmo com as diferenças entre os programas, pode-se apontar que, à luz dos princípios e objetivos da radiodifusão pública, o telejornalismo da TV Brasil procura promover o debate público, a construção da cidadania e a consciência crítica do cidadão principalmente ao abrir espaço para a participação da sociedade e ao abordar temas de interesse público, como os que se inserem em *Cidadania e Política*, com pluralidade de opiniões e pontos de vista acerca dos fatos noticiados. Também fomenta a consolidação da democracia, sobretudo garantindo o exercício do direito de informação. No entanto, o telejornal tem potencial para contribuir de maneira mais abrangente para o debate público, sobretudo ampliando espaços destinados ao aprofundamento de assuntos de interesse público, buscando a diferenciação na abordagem das temáticas comuns à televisão comercial e proporcionando um espaço mais qualificado do cidadão, além de mecanismos de interatividade.

Nesse sentido, o programa Caminhos da Reportagem contempla mais plenamente os princípios da comunicação pública ao oferecer melhores mecanismos para o debate público. Com problematização e aprofundamento de questões de interesse público, além de apresentar informações pertinentes para a reflexão crítica sobre temáticas públicas e conferindo destaque às opiniões e aos relatos de cidadãos, artistas, especialistas e profissionais de diversas áreas. Dessa forma, o programa adquire atributos para capacitar os telespectadores para a discussão acerca dos assuntos reportados.

5. Considerações finais

A análise e monitoramento de uma televisão pública, principalmente de sua programação, não é uma tarefa fácil. Os dados não são objetivos como em tabelas numéricas ou em índices de audiência que regem a televisão comercial, voltada para o mercado. No entanto, é necessário criar mecanismos para analisar a sua qualidade e compatibilidade com os princípios e objetivos da radiodifusão pública. Com o monitoramento realizado durante um ano, a partir de categorias e critérios criados especificamente para este trabalho, foi possível observar semelhanças e diferenças por parte da TV Brasil e de seus programas do módulo *Jornalismo* em relação a outras emissoras.

A partir das análises realizadas ao longo da pesquisa, podemos afirmar que os programas do módulo *Jornalismo* da TV Brasil cumprem os objetivos e princípios da comunicação pública com algumas ressalvas. Os programas buscam consolidar a democracia e a cidadania ao apresentar temas de interesse público para a formação crítica do cidadão, garantindo o acesso à informação. No entanto, ainda que haja pluralidade nos temas e vozes, ainda há espaço para qualificação no aprofundamento dos temas, buscando excelência e inovação.

Assim seria possível uma diferenciação plena da TV Brasil diante das emissoras comerciais, consolidando-a como referência em conteúdo crítico e relevante quanto aos preceitos da radiodifusão pública. Ainda há um longo caminho até que o jornalismo da TV Brasil atinja a excelência. Dessa forma, o caminho até ela deve ser construído sob o entendimento da sua missão pública, com os olhos sempre voltados para os princípios e objetivos da radiodifusão pública e, principalmente, para o cidadão, a quem todos esses princípios respondem.

Referências

BORGES, Tiago G.F. **Entre o Espetáculo e o Debate Público**: enquadramentos sobre as manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional e no Repórter Brasil. Porto Alegre: UFRGS/PPGCOM, 2015. (dissertação)

BRASIL, Presidência da República. Lei Federal 11.652/2008. Disponível em: <<http://bit.ly/1BX9TCU>>. Acesso em: 14/06/2015.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos**, São Paulo, novembro 2010. 5-18.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas - uma avaliação contemporânea**. UNESCO. Brasília, p. 35. 2012. (ISSN 2176-3224).

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. s/d. Disponível em: <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComPúblicaJDuartevf.pdf>> Acesso em: 10/07/2015.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 4, p. 59-70.

EBC. **Manual de jornalismo da EBC**. 1ª. ed. Brasília: 2013. 142 p.

GENTILLI, V. O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. **Revista da FAMECOS - mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, 1, dezembro 2002. 36-48.

GUARESCH, P. A. Mídia e Cidadania. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, 5, jan/jul 2006. 27-40.

GUTMANN, Juliana Freire. **Formas do telejornal: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva**. Salvador: UFBA/PÓSCOM, 2012. (tese)

SARTOR, Basílio; GAUTIER, Tiago. **O Espaço da Política na programação da TV Brasil: incidência da temática e de seus atores nos programas da emissora em 2014**. Rio de Janeiro: VI Encontro Compolítica. Anais 2015. COMPOLÍTICA/PUCRJ, 2015.

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: **INTERVOZES Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências e o caso brasileiro**. 1ª. ed. São Paulo: Paulus, 2009a. Cap. 1, p. 25-46.

VALENTE, Jonas. Sistema Público de Comunicação do Brasil. In: **INTERVOZES Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências e o caso brasileiro**. 1ª. ed. São Paulo: Paulus, 2009b. Cap. 14, p. 269-290.

WEBER, Maria Helena. **Na comunicação pública, a captura do voto**. Logos, Rio de Janeiro, p. 21-42, 2º semestre 2007. ISSN 0104-9933.

UFRGS/EBC/TV Brasil. **Relatório de Pesquisa “Monitoramento e análise de Conteúdo da Programação da TV Brasil”**. Porto Alegre, 2015.