

## A TV Brasil nos Estudos Científicos<sup>1</sup>

Cecília Umbelina Alves RODRIGUES<sup>2</sup>

Helena Cristina AMARAL Silva<sup>3</sup>

Vitor Pereira de ALMEIDA<sup>4</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### Resumo

O presente trabalho se propõe mapear e analisar a presença da TV Brasil nos artigos científicos apresentados em eventos promovidos por três das principais organizações da área da comunicação: a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar). Para tanto, buscou-se a TV Brasil como palavra-chave nos anais dos eventos organizados por essas entidades. A finalidade é descobrir com que recorrência e de que forma a emissora pública vem sendo trabalhada dentro do universo acadêmico. O método utilizado foi a análise de conteúdo.

**Palavras-chave:** TV Brasil; telejornalismo público; estudos acadêmicos.

### 1 - Introdução

Fruto do trabalho jornalístico, a notícia ocupa um papel importante na sociedade: ao colocar o indivíduo a par de acontecimentos dos quais não participou ou aos quais não presenciou, fornece a ele elementos necessários para a construção da comunidade (temas para conversas interpessoais, criando laços, ligações), da cidadania e da democracia.

Bill Kovack e Tom Rosenstiel chamam de “instinto de percepção” essa necessidade do ser humano de saber o que se passa além de sua existência, e afirmam que “precisamos de notícias para viver nossas vidas, para nos proteger, para nos ligarmos uns aos outros,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, e elaborado no âmbito do Grupo de Pesquisa em Telejornalismo, sob orientação da professora Iluska Coutinho

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º período do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da FACOM - UFJF, bolsista de treinamento profissional em Jornalismo Multiplataforma, email: [ceciliauarodrigues@yahoo.com.br](mailto:ceciliauarodrigues@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º período do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da FACOM - UFJF, bolsista do CNPq no projeto “O telejornalismo nas emissoras públicas brasileiras”, email: [helena-amaral@hotmail.com](mailto:helena-amaral@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 6º período do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da FACOM - UFJF, bolsista do CNPq no projeto “Telejornalismo e Saúde: os enquadramentos do câncer na TV Pública e sua recepção por médicos e pacientes”, email: [vitoralmeida\\_cefet@hotmail.com](mailto:vitoralmeida_cefet@hotmail.com)

identificar amigos e inimigos” (2003, p. 18). Assim sendo, os mesmos autores defendem que “a finalidade do jornalismo é fornecer informação às pessoas para que essas sejam livres e capazes de se autogovernar” (2003, p.31).

Mas a despeito dos muitos ideais imputados à profissão, a economia de mercado transformou a atividade jornalística. Em uma sociedade em que os veículos se orientam pela lógica mercadológica e são constantemente influenciados pelos mais diversos interesses, as informações são cada vez mais fragmentadas e a construção das notícias é feita de forma simplista, automatizada e balizada em princípios que não contemplam a contextualização e o aprofundamento dos fatos.

Nesse cenário, alguns veículos se colocam como contraponto à grande imprensa, que no geral contempla o simples arrolamento de argumentos e fatos que comprovem e deem credibilidade àquilo em que ela acredita. Apostando em conteúdos mais voltados ao social, esses veículos optam por vieses e temáticas “ignorados” por aquela, e por abordagens que contemplem maior diversidade, abrangência e pluralidade de vozes.

Dentre esses veículos, os de caráter público apresentam uma importante opção. Ao não serem financiados por publicidade e não terem que atender a interesses diversos de patrocinadores e outros grupos, possuem maior liberdade para escolha de seus conteúdos. Além disso, espera-se deles um maior compromisso com sua condição de serviço público.

Em que se pese a importância da televisão como meio de acesso às essas informações das quais os indivíduos necessitam para gerir suas vidas, estabelecer relações sociais, formar opiniões e intervir nos processos decisórios que os afetam nos âmbitos individual e coletivo, faz-se necessária uma análise de como as emissoras públicas vem tratando o gênero jornalístico.

Na esteira dessa necessidade, muitos estudos acadêmicos tomam essas emissoras como objeto de estudo. No presente trabalho interessa-nos investigar àqueles em que a TV Brasil, primeiro canal de tevê público brasileiro<sup>5</sup>, foi tomada em análise.

## **2 - Jornalismo Público**

Diante do cenário neoliberal, no qual o jornalismo adquiriu status mercadológico e sua prática passou a ser guiada sob influência dos poderes político, econômico e cultural

---

<sup>5</sup> Constituída em dezembro de 2007 a TV Brasil é o primeiro canal público nacional, embora existam outras emissoras que atuam no chamado campo público, como a TV Cultura, Rede Minas e mesmo a antiga TVE-Rio, incorporada a TV Brasil.

(perpetuação de visões hegemônicas), alguns países perceberam a necessidade de implementação de medidas que visassem melhorar a atuação da mídia massiva.

Segundo Danilo Rothberg (2011, p.3),

“na maioria das vezes , as respostas vieram do próprio Estado, expressas em leis e instituições regulatórias. O aparato estatal também foi a saída encontrada quando se avaliou que a criação de serviços públicos de radiodifusão era o principal meio de reafirmar o papel do jornalismo na manutenção da vitalidade de uma democracia.”

De acordo com o mesmo autor, “a principal resposta democrática foi formulada (...) por países da Europa Ocidental que lograram a constituição de avançados serviços públicos de radiodifusão” (2011, p.4). No continente, o Estado adotou uma postura de zelo pela qualidade dos conteúdos veiculados pela mídia massiva, intervindo com a criação de canais públicos de radiodifusão e com a criação de mecanismos de regulação dos canais comerciais.

Vale ressaltar que o desempenho de mudanças nos serviços de radiodifusão está intimamente relacionado ao contexto histórico e social dos países em questão. Assim, tendo em vista que no Brasil a radiodifusão sempre esteve atrelada ao modelo comercial, a implantação de um modelo público de jornalismo não se dá de maneira tão simples. O próprio ideário de comunicação pública no Brasil apresenta restrições, sendo as emissoras públicas comumente associadas aos veículos governamentais.

Verifica-se, portanto, que a definição do que é o jornalismo público é uma tarefa complexa, uma vez que perpassa o entendimento dos cenários políticos, sociais e históricos em que o termo é empregado/tomado<sup>6</sup>. Essa dificuldade de classificação e conceituação se estende até mesmo ao âmbito acadêmico. Para Luiz Martins da Silva, professor do programa de pós-graduação em comunicação da Universidade de Brasília:

Como gênero, o jornalismo público ainda não adquiriu o status de outras especializações, a exemplo da crônica policial, do jornalismo esportivo ou econômico. E ainda não encontrou no Brasil nem uma tradução definitiva nem uma compreensão do que ele representa enquanto função, área de cobertura e campo profissional. (Silva, 2002, p. 23).

---

<sup>6</sup> Nos Estados Unidos, por exemplo, o termo é empregado para designar uma série de mudanças adotadas por veículos de comunicação de massa nos anos 90 (em especial os impressos), com fins de aproximar mais a prática jornalística dos interesses públicos. O movimento é também denominado Jornalismo Cívico.

Ainda que a conceituação de jornalismo público não seja estática ou mesmo tida como consolidada, existem princípios básicos que o diferenciam do jornalismo comercial. O professor Luiz Martins da Silva elenca quatro deles:

- 1) Finalidade não lucrativa;
- 2) Independência do mercado, da economia e da política;
- 3) Sustentabilidade;
- 4) Gestão plural.

A finalidade não lucrativa nos remete à principal diferença, e traz como consequência direta o segundo item elencado por Martins. Não estar atrelada à interesses mercadológicos e outros (como políticos e de anunciantes), por sua vez, resulta em maior liberdade produtiva, o que somado à uma gestão que envolve mecanismos de participação da sociedade civil, permite à população a discussão da prática da comunicação pública e a orientação dos conteúdos para temáticas de interesse coletivo.

Em linhas gerais, cabe à radiodifusão pública não só a complementação dos serviços prestados pelas empresas privadas, mas a contemplação do que não é ofertado por elas. E foi visando à atender uma proposta de complementaridade entre os sistemas privado, estatal e público – previsto na Constituição Federal - e aos anseios da população por uma televisão democrática e independente, que foi criada a Empresa Brasil de Comunicação – EBC.

### **3 – EBC e TV Brasil**

Em 2007, Brasília sediou o I Fórum Nacional de TV's Públicas, evento que reuniu membros de diversos segmentos da sociedade civil (acadêmicos, comunicadores, representantes de movimentos sociais, etc) para um debate acerca da necessidade da criação de tevês públicas no Brasil.

De posse da Carta de Brasília, documento resultante dos encontros do Fórum, a Presidência da República se comprometeu com a implantação de uma rede pública de tevê. O resultado foi a criação de uma empresa responsável pela gestão dos serviços públicos de radiodifusão: a Empresa Brasil de Comunicação.

Apesar de vinculada ao Estado, a lei de criação da EBC prevê autonomia em relação ao Governo Federal:

“A empresa pública está vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e tem à frente o jornalista

Nelson Breve, nomeado para o cargo de diretor-presidente. A sede da EBC fica em Brasília, mas há centros de produção e outros escritórios regionais pelo país. A EBC tem autonomia e independência em relação ao governo federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdos no sistema público de radiodifusão, que tem a finalidade de prestar serviços de radiodifusão pública com o objetivo de promover a cidadania. A programação da EBC é exibida em redes de televisão e rádio (prevê-se a interação dos vários veículos se dê por meio da internet), com temas das áreas de educação, arte, cultura, ciência e tecnologia e visa estimular a produção de conteúdos regionais, nacionais e independentes.” (<http://www.ebc.com.br/>)

Dentre alguns dos objetivos previstos em lei estão a proposta de desenvolver a consciência crítica do cidadão, através de uma programação educativa, cultural, informativa; o fomento à construção da cidadania e da democracia e à participação na sociedade; a busca na excelência dos conteúdos e linguagens, buscando formatos diferentes; além da destinação de parte da programação para a veiculação de conteúdos regionais e independentes.

Ao constituir-se como responsável pela gestão da comunicação pública nacional, além de herdar os canais de rádio e televisão geridos pela estatal Radiobrás e pela TVE do Rio Janeiro, coube à EBC a responsabilidade pela implantação de novas emissoras públicas de radiodifusão, dentre as quais figura a TV Brasil.

O canal, que estreou sua programação no dia 2 de dezembro de 2007 - mesma data em que se iniciaram as transmissões de TV digital no território brasileiro - conta com praças em Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo e São Luis do Maranhão, e com emissoras parceiras em 21 estados do país.

“A emissora tem como finalidade complementar e ampliar a oferta de conteúdo audiovisual, e oferecer uma programação com abordagem informativa, cultural, artística, científica e cidadã. A TV Brasil é hoje uma das maiores janelas de exibição de produção audiovisual independente no País, destinando a isso 20% das horas da sua programação. Além disso, nos seus cinco primeiros anos, participou como coprodutora de cerca de 140 produções, entre documentários, séries, longas e curtas metragens.” (<http://tvbrasil.ebc.com.br/>).

Um dos maiores desafios à implantação de um modelo público de tevê no Brasil é sua consolidação em um contexto e dentre um público já acostumado aos moldes das redes comerciais. Como resultado, a TV Brasil vem percorrendo um processo de construção de

sua identidade e enfrentando o desafio de se consolidar como alternativa às empresas guiadas pela lógica de mercado.

No cenário acadêmico, alguns estudos tem se dedicado à discutir a comunicação pública nacional, em especial como a EBC, suas emissoras e conteúdos têm se colocado como opção e oferecido diferenciais às produções da grande mídia. O presente artigo se dedica justamente a analisar, no tópico seguinte, como uma dessas emissoras é abordada em alguns destes trabalhos.

#### **4 - A TV Brasil nos artigos científicos**

Tomando como base três dos principais eventos da área de comunicação, este estudo se propôs a analisar a presença da TV Brasil nos trabalhos neles apresentados. Para tanto, foram analisados os seguintes aspectos: ano de apresentação, tipo de estudo (se teórico ou análise de produtos), a metodologia de pesquisa (se análise de conteúdo, de discurso, etc), os programas da emissora que mais apareceram, os temas mais frequentes, e os autores e conceitos mais presentes.

Tendo em vista os estudos do grupo de pesquisa do qual os autores do presente artigo fazem parte, e que desde 2010 vem trabalhando o telejornalismo nas emissoras públicas, buscou-se ainda analisar quantos destes trabalhos foram realizados no âmbito dessa pesquisa.

A apresentação dos resultados vai ser feita por evento. Precedendo às mesmas, serão feitas algumas considerações sobre cada uma das entidades e congressos. Ao final, serão feitas algumas considerações acerca dos resultados observados, com fins de se obter um panorama geral de como se deu presença da TV Brasil nos estudos acadêmicos analisados.

##### **4.1 - TV Brasil nos eventos da Intercom**

Fundada em 1977, a Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, é uma “instituição sem fins lucrativos” cujo objetivo é estimular a troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais da área. Por meio de simpósios, encontros e congressos, proporciona aos acadêmicos, nos diversos níveis de graduação, oportunidade de apresentação de seus trabalhos de pesquisa e de intercâmbio de ideias e conhecimento.

O principal evento realizado pela Intercom é o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, que acontece de forma anual desde a sua criação. Além do evento em âmbito nacional, o encontro também é realizado nas cinco regiões do país.

A produção científica da sociedade é disponibilizada no Portcom, Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação<sup>7</sup>. As buscas de trabalhos para este artigo foram feitas por meio de busca avançada no site, tendo como palavra-chave “TV Brasil”. Foram encontrados 14 trabalhos, apresentados em eventos nacionais e regionais. Devido à problemas de acesso a um dos arquivos, somente 13 serão tomados em análise para o estudo em questão.

Dos 13 artigos encontrados, nove foram apresentados na edição nacional do evento, sendo que deste total três pertencem à categoria júnior, reservada aos alunos de graduação. Os outros quatro artigos aqui analisados foram submetidos ao Intercom Sudeste, dois deles à categoria júnior.

Dentre as divisões temáticas, a que mais teve trabalhos apresentados foi a de Jornalismo: foram seis no somatório total dos artigos analisados. O núcleo temático “Audiovisual” aparece duas vezes, uma nos anais do evento nacional e outra no congresso regional. As demais divisões temáticas aparecem somente uma vez cada, a saber: Telejornalismo; Comunicação, Ciência, Meio-Ambiente e Sociedade; Políticas e Estratégias da Comunicação; Ficção Seriada; e Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura.

O ano de 2013 foi o que contou com mais trabalhos: cinco submissões, sendo quatro ao evento nacional (uma delas ao Intercom Júnior) e uma ao regional. Aparecem depois os anos de 2011 e 2012, com três materiais cada (quatro no congresso nacional, dois deles na categoria júnior; e dois no Intercom Júnior da região Sudeste). Os anos de 2008 e 2007 receberam um trabalho cada.

Observa-se uma concentração na submissão dos trabalhos nos últimos três anos, e uma lacuna nos anos de 2009 e 2010. O reaparecimento de estudos sobre a TV Brasil nos anos seguintes à 2010, podem ser associados à parcerias firmadas entre o canal e algumas universidades, com fins de obtenção de dados a respeito de sua programação e sugestões de melhorias.

Tal fato pode ser confirmado se levarmos em conta que sete dos 13 artigos encontrados foram desenvolvidos por alunos da Universidade Federal de Juiz de Fora no

---

<sup>7</sup> Endereço: <http://www.portcom.intercom.org.br/>



âmbito do grupo de pesquisa em telejornalismo orientado pela professora Iluska Coutinho, e resultante de parceria entre a TV Brasil e a UFJF.

A pouca existência de materiais de análise da TV Brasil nos anos de 2007 e 2008 pode ser associada ao fato de a emissora ter sido criada no final de 2007. O trabalho encontrado nos anais da edição deste ano, trata justamente dos aspectos de criação da emissora pública brasileira, ainda em trâmite no governo na ocasião.

Somente quatro dos 13 artigos encontrados restringiu-se à análise teórica. Os demais investiram na análise de produtos somada à referências bibliográficas, sendo estas últimas utilizadas como ponto de apoio e base para análise dos resultados obtidos nas pesquisas quantitativas.

No tangente à metodologia, dos nove estudos que se dedicaram à análise de produto, sete optaram pela análise de conteúdo, um pela análise de discurso e um pela pesquisa documental. Em apenas dois dos artigos a metodologia não foi especificada no texto. Dentre os quatro artigos que se dedicaram à estudo teórico, dois se valeram de análise documental, um de análise bibliográfica e outro de entrevistas. A metodologia escolhida foi especificada em três deles.

O “Repórter Brasil” noite, principal telejornal da emissora, foi o programa que mais apareceu nos estudos. Em quatro das seis vezes em que é tomado como objeto, aparece sozinho. É ainda comparado com o “Jornal da Cultura” e tem seus aspectos visuais analisados ao lado dos de sua edição diurna e dos do “Jornal Visual”.

A produção fictícia do canal, e os programas “O Público na TV” (feito pela ouvidoria da emissora) e “Ser Saudável”<sup>8</sup> aparecem uma vez cada. Foram analisadas ainda publicações da grande mídia para investigação de como se deu a construção da imagem da TV Brasil nestes veículos.

As temáticas abordadas foram as mais diversas, mas quatro delas dedicaram sua atenção às fontes, em especial aos populares. Tendo em vista os preceitos de uma televisão pública, dentre os quais está a perspectiva da pluralidade das vozes, estes estudos buscaram analisar o espaço dado à membros de segmentos excluídos pela grande mídia.

Assim, são avaliados aspectos como a frequência com que os populares aparecem, o tempo dedicado à suas falas, o papel que desempenham, o ambiente em que são entrevistados, dentre outros. Essas análises acontecem de forma comparativa com outras

---

<sup>8</sup> Este último não teve seu conteúdo analisado, mas por meio de entrevistas com produtores da série e com médicos de família que atuam na consultoria e na apresentação do programa, é base em uma investigação de como a tevê pública pode contribuir para uma visão mais realista da saúde.



fontes, como especialistas e políticos, por exemplo, com fins de investigação de qual o papel ocupado pelas fontes do “povo” nos programas analisados.

Como recurso para embasamento na análise dos resultados, e mesmo na apresentação de seus objetivos, os estudos recorreram à muitos autores. Os mais citados aparecem em cinco dos 13 estudos, e são eles: Iluska Coutinho, Martín-Barbero e Eugênio Bucci. Laurindo Leal Filho é retomado em quatro dos materiais.

O site da TV Brasil também é fonte recorrente, tendo sido utilizado em 10 artigos, na maioria deles para indicação dos princípios, objetivos e conteúdos da emissora. A Constituição Federal e sites do governo também foram utilizados como fonte de consulta à textos da legislação sobre as emissoras públicas e o sistema de radiodifusão brasileiros.

O conceito mais recorrente foi o de “dramaturgia do telejornalismo”, que apareceu em cinco dos materiais. Cunhado por Iluska Coutinho, defende a tese de que as notícias se organizam como narrativas, sendo os acontecimentos contados seguindo padrões e apresentando características que os aproximam da (tele)dramaturgia.

#### **4.2 A TV Brasil nos eventos do SBPJor**

A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, foi instituída em novembro de 2003 após um período de mais de 50 anos de discussão acerca de sua formação. O primeiro encontro da associação aconteceu na Universidade de Brasília - UNB e contou com mais de 100 pesquisadores. À época foram apresentados 60 trabalhos científicos. Durante o encontro, os 94 sócios fundadores aprovaram os estatutos da SBPJor e foi eleita a primeira diretoria.

“A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo busca agregar estudiosos de uma área específica do conhecimento e tem como propósito atuar em conjunto com todas as demais associações científicas ou acadêmicas ou profissionais já existentes, como Intercom, Compós, Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, Federação Nacional de Jornalistas, International Communication Association, International Association for Mass Communication Research, Sociedad Ibero-americana de Periodistas en Internet e ALAIC. A entidade pretende estimular a articulação de uma rede nacional de pesquisadores em jornalismo a fim de que se possa constituir um lugar privilegiado, tanto para a apresentação de trabalhos, quanto para a formação de redes para pesquisas específicas.” ([www.sbpjor.org.br](http://www.sbpjor.org.br))

Os trabalhos apresentados nos eventos da SBPJor podem ser encontrados no site da Associação, por meio da Sala de Pesquisa<sup>9</sup>. Para o presente estudo buscou-se “TV Brasil” como palavra-chave em todas as categorias do congresso. Tendo em vista que apenas dois resultados foram encontrados, optou-se por ampliar a busca por meio das palavras-chave “TV Pública”, “Jornalismo Público” e “Telejornalismo Público”, tendo sido encontrados mais dois trabalhos nos quais a emissora aqui estudada foi objeto de análise.

Dos quatro materiais, três foram apresentados na edição de 2012 do evento, e o outro na edição de 2011. Diferente do que ocorre nos eventos da Intercom, não há divisões temáticas, nem divisão quanto à eventos destinados aos diferentes níveis de graduação.

Três dos quatro artigos constituem-se de análise de produto somada à bibliografia como embasamento teórico para introdução do trabalho e análise dos resultados. Apenas um deles se dedica exclusivamente à abordagem teórica.

Com relação à metodologia, os três artigos que se dedicaram à análise de produtos se valeram da análise de conteúdo. Destes, dois especificaram o método adotado. O único trabalho teórico se valeu da análise documental, com especificação do método escolhido.

As temáticas são variadas. Três deles se dedicam a análises do telejornalismo da emissora: um deles à cobertura de tragédias; outro à produção da notícia no programa da ouvidoria da EBC, e um terceiro à um balanço dos números obtidos nos estudos sobre o “Repórter Brasil” por acadêmicos da Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF. Um quarto artigo discute os desafios das emissoras públicas no cenário de convergência midiática.

Apenas o último artigo acima citado não foi desenvolvido por acadêmicos da UFJF, sendo dois dos outros três trabalhos desenvolvidos no âmbito das pesquisas sobre o telejornalismo público, coordenadas pela professora Iluska Coutinho.

Mais uma vez a edição noturna do “Repórter Brasil” aparece como o objeto mais estudado: está em dois dos quatro materiais encontrados. Em um deles, é analisada junto à sua edição matutina na cobertura do Massacre de Realengo<sup>10</sup>. Os outros programas da emissora que aparecem são o “Estúdio Móvel” e o “O Público na TV”, ambos com uma aparição cada.

Dentre os autores mais citados (por artigo) aparecem Alfredo Vizeu e Eugênio Bucci, cada um com três aparições, sendo uma delas em parceria com outros autores. Na

<sup>9</sup> [http://www.sbpjor.org.br/sbpjor/?page\\_id=16](http://www.sbpjor.org.br/sbpjor/?page_id=16)

<sup>10</sup> Em abril de 2011, um aluno de uma escola municipal do bairro de Realengo, no Rio de Janeiro, invadiu armado a sede da instituição, disparando tiros contra os colegas. Doze crianças com idades entre 13 e 16 anos morreram, e o autor dos disparos se suicidou.

sequência aparecem Arlindo Machado e Philip Meyer, ambos com duas recorrências. Iluska Coutinho também é citada em dois dos materiais, sendo que em um deles é feita referência à trabalho seu em parceria com Jonathan Mata.

Ainda no tangente às referências bibliográficas, o site da TV Brasil aparece mais uma vez entre os mais consultados. Em dois dos artigos encontrados, é usado como referência à informações sobre a emissora e seus programas.

O telejornalismo como lugar de referência, conceito cunhado por Alfredo Vizeu, é utilizado em dois dos quatro trabalhos. Com o mesmo número de aparições, estão algumas considerações de Philip Meyer sobre os atributos das tevês públicas. Um dos trabalhos remete ainda aos aspectos narrativos presentes nas notícias, utilizando como base estudos de Coutinho.

#### **4.3 A TV Brasil nos eventos da Alcar**

A Alcar, Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, realiza encontros anuais a fim de publicar e divulgar as produções acadêmicas referentes ao tema.

“O nome Alcar é homenagem ao historiador pernambucano Alfredo de Carvalho responsável, em 1908, pelo inventário do primeiro centenário da imprensa brasileira, sob os auspícios do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro. A sigla Alcar identifica grupo que constituiu a Rede Alfredo de Carvalho (Rede Alcar), em 2001, durante reunião na Associação Brasileira de Imprensa, no Rio de Janeiro, para os propósitos de preservar a memória da mídia brasileira e preparar as comemorações dos seus 200 anos.”  
(<http://www.jornalismo.ufop.br/historiadamidia/>)

Em pesquisa nos anais da associação, foram buscados todos os materiais em que a TV Brasil e seus conteúdos aparecessem como objeto de análise. No site da organização são disponibilizados os anais por ano de evento. Fez-se, então, uma busca por análise dos títulos (já que o site não dispõe de mecanismos de busca rápida) nos encontros de 2007 em diante, tendo em vista que a emissora foi criada neste mesmo ano.

Foi encontrado um único artigo, publicado no ano de 2013, na nona edição do Encontro de História da Mídia. Apresentado no GT “História da Mídia Audiovisual e Visual”, o estudo trata da preservação dos meios de comunicação de massa, e enfoca a exibição do programa “O Público na TV”, da TV Brasil. Também mostra como atua o setor de acervo e conhecimento da Empresa Brasil de Comunicação, que gerencia a emissora.

Trata-se de análise de produto embasada em conceitos teóricos, cuja metodologia adotada foi a análise de conteúdo, não especificada no texto de forma direta.

Foram levantados alguns dados e aspectos da ouvidoria no Brasil, com recorrência à autores como Luiz Carlos Assis Iasbeck, e Ailim Braz e Rafiza Varão. Para dados do setor no país, foram usados como fonte o site da Controladoria Geral da União, CGU (órgão do governo responsável pelas atividades de controle da transparência dos recursos públicos), e da Ouvidoria Geral da União, OGU (órgão da CGU responsável por receber reclamações, denúncias e sugestões às entidades, órgãos e agentes do Poder Executivo Federal).

O autor mais citado ao longo do texto é Sérgio Mattos, com considerações sobre a importância do resgate da história da tevê, a importância do acesso à produção para esse resgate e sobre o controle da mídia no Brasil. O sites da TV Brasil e da EBC também aparecem como fonte de informações sobre a emissora e o programa analisado.

## **5. Considerações finais**

A despeito de seus poucos anos de existência e tendo em vista a sua importância no cenário da radiodifusão nacional, o número de artigos encontrados na presente pesquisa nos leva a conclusão de que a TV Brasil ainda carece de mais estudos a respeito de sua programação e de seus conteúdos, com fins de investigação e diagnóstico do cumprimento de seu papel enquanto emissora pública.

Ademais, considerado o âmbito dos congressos pesquisados e o número de trabalhos que comumente são apresentados nos mesmos, a presença da TV Brasil se deu em uma escala pequena. Soma-se a isso a observação de uma centralização da produção dos artigos encontrados no âmbito do grupo de pesquisa do qual estes autores fazem parte.

Percebeu-se ainda pouca variação nas temáticas abordadas. A maioria das pesquisas centrou-se no jornalismo da emissora, e preocupou-se em estudar a abrangência de seus produtos jornalísticos e o papel ocupado pelas fontes. Vale ressaltar ainda o fato de que houve a submissão de trabalhos de mesma autoria e temática nos diferentes anos e congressos, o que contribui para a pouca variação das abordagens.

Considerando-se os preceitos das emissoras públicas, estes estudos são de extrema importância, mas há ainda muitos aspectos a serem explorados nos materiais acadêmicos que se proponham a analisar a TV Brasil. Quesitos como a construção e edição dos materiais (tendo em vista que as emissoras públicas podem ser palco para a experimentação

de novos formatos, por exemplo), a presença de conteúdos ligados à cultura e a propagação do conhecimento, os outros canais de participação da população (além dos noticiários), e até mesmo outros programas de sua grade, podem render boas análises e importantes resultados.

Espera-se que o presente trabalho, mais que oferecer um balanço da presença da TV Brasil nos estudos acadêmicos, traga ideias de novas temáticas, conceitos, programas e conteúdos que podem ser objetos de análise em trabalhos futuros, colaborando com a otimização do trabalho da emissora enquanto alternativa no cenário dominado pelos veículos de viés comercial.

## 6. Referências bibliográficas

EBC. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/>. Acessado em: 8 jul. 2014.

História da Mídia. Disponível em: <http://www.jornalismo.ufop.br/historiadamidia/>. Acessado em: 10 jul. 2014.

Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/>. Acessado em: 07 jul. 2014.

KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. **Os elementos do Jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público**: informação, cidadania e televisão. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SILVA, Luiz. **Jornalismo Público – O social como valor-notícia**. Brasília, DF. Casa das Musas, 2002.

SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/>. Acessado em: 10 jul. 2014.

TV Brasil. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/>. Acessado em: 8 jul. 2014.