

Recorte de telejornais em ambiente digital: O acesso à TV pública a partir de sua inserção em sites e redes sociais digitais¹

Raphaella TOLEDO²

Iluska COUTINHO³

Gustavo PEREIRA⁴

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

RESUMO

O atual artigo apresenta resultados preliminares de pesquisa de Iniciação Científica que investiga a efetivação do compromisso nas edições dos telejornais da emissora pública brasileira, TV Brasil e também em uma de suas parceiras, a Rede Minas. Nesse artigo, apresentamos resultados preliminares do projeto macro, em um texto que busca analisar a relação da TV Brasil e da Rede Minas com as redes sociais. Para analisar como os telejornais se apropriam das novas tecnologias, estabeleceu-se um recorte temporal de dois meses, fevereiro e março de 2023. Para isso identificou-se, por meio de pesquisa documental, como as duas emissoras públicas de TV recortam os telejornais para sua inserção no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE: telejornal; audiovisual; informação; emissoras públicas; jornalismo.

RESUMO EXPANDIDO

Por muito tempo, o jornalismo audiovisual foi monopolizado por famílias influentes do país, que assumiram o papel de informar aos brasileiros os acontecimentos (RIOS *et al.*, 2015). Com isso, o que mais ocorria (e ocorre até o atual momento) é que essas redes privadas de comunicação são movidas basicamente pelo dinheiro, pois é aí que se dá o problema da disseminação de notícias que nem sempre consegue ser efetivada.

Ao observar a concentração da mídia no Brasil, sobretudo no setor televisivo – ao qual possuímos mais interesse em analisar no presente trabalho, Marinoni (2015) destaca que cinco grandes empresas de comunicação formam um oligopólio midiático, sendo elas: Rede Globo, com 123 emissoras (próprias e afiliadas); Rede SBT, com 114 emissoras (próprias e afiliadas);

¹ Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Audiovisual do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bolsista BIC-Fapemig, integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. raphaellaborges.toledo@estudante.ufjf.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF) e coordenadora do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. iluskacoutinho@ufjf.br

⁴ Doutorando em Comunicação (Mídias e Processos Sociais) pelo PPPGCom-UFJF e membro do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. gustavo_tfp@yahoo.com.br

Rede Record, com 108 emissoras (próprias e afiliadas); Rede Bandeirantes de Televisão, com 49 emissoras (próprias e afiliadas); e RedeTV!, com 40 emissoras (próprias e afiliadas).

Como contrapartida a esta concentração midiática das emissoras de caráter privado, há 14 anos atrás começou a ser idealizada uma rede estatal de comunicação, mais especificamente a Empresa Brasil Comunicação (EBC), com o intuito de ofertar ao cidadão uma programação fora do padrão das redes convencionais, auxiliando na ampliação de conteúdos, sendo jornalístico ou não.

A partir da Medida Provisória 398, que posteriormente se tornou a Lei 11.652/2008⁵, em outubro de 2007 foi autorizada a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que teria como principal objetivo garantir o pluralismo, a diversidade e a promoção da cidadania, bem como desenvolver uma comunicação de interesse público em detrimento do interesse do público.

Neste contexto, a fim de oferecer ao público brasileiro informações de qualidade no espectro audiovisual, dois meses após a criação da Empresa Brasil de Comunicação, em dezembro de 2007, foi criada a TV Brasil, que nasceu com a tarefa de complementar e ampliar a oferta de conteúdos, já que não possuem obrigações e interesses mercadológicos (COUTINHO, 2013), pautando-se em uma programação de natureza informativa, cultural, científica e formadora da cidadania (TV BRASIL, 2018).

Coutinho (2013) ressalta como uma das potencialidades de uma emissora de TV Pública a independência política e financeira, o que garantiria uma menor concentração midiática e, conseqüentemente, contribuiria para uma comunicação plural, diversa e apartidária (COUTINHO, 2013, p. 21).

Desde então a rede de comunicação pública vem cumprindo a missão de informar, juntamente com redes parceiras, como a Rede Minas que tem uma exploração estatal, e atua na região de Minas Gerais, com alguns canais locais, podendo ser nacional, regional e local.

Com uma criação mais antiga em relação à TV Brasil, em dezembro de 1984 Tancredo Neves fundou a Rede Minas, que se intitulava uma emissora pública e educativa que se balizava no intercâmbio de valores, educação e cultura para a população (RTVM, 2017).

Delimitados os objetivos e objetos a serem trabalhados, o presente artigo busca compreender se estes canais das emissoras públicas – em âmbito local/regional e nacional –

⁵ Lei 11.652/2008. Disponível em:
<https://legislacao.presidencia.gov.br/atos?tipo=LEI&numero=11652&ano=2008&ato=98fETT61UNRpWT349>.
Acesso em: 12 abr. 2023.

têm mantido o dever de entregar o telejornalismo de interesse público para os telespectadores brasileiros, mesmo que de forma virtual e em outras telas, e de qual maneira eles vêm fazendo isso pelas redes sociais, sites e *streamings*, possibilidades estas que se apresentam com a expansão tecnológica e se inserem em um contexto de telejornalismo expandido, como defende Mello Silva (2017).

E é justamente na observância sobre o cumprimento ou não do papel que essas emissoras assumiram de promover uma comunicação pública capaz de ofertar informação de qualidade no país que se insere o principal enfoque deste trabalho. Como recorte temporal da presente pesquisa, estabeleceu-se os meses de fevereiro e março de 2023, que se justificam por ser um período de plena atividade política, econômica e social no cenário brasileiro e que pode trazer importantes elementos sobre o cumprimento do papel de uma emissora pública por parte da TV Brasil e da Rede Minas.

Para isso, tomamos como métodos a Análise Documental (FONSECA, 2002; GIL, 2008), que nos possibilita analisar documentos de diferentes fontes e de formatos distintos, incluindo documentos disponíveis de forma online, e que ainda não receberam tratamento analítico prévio; e a Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018) que tem como intuito a avaliação de materiais audiovisuais como uma unidade texto e paratexto, considerando não apenas os elementos textuais, como também as imagens, os cenários em que foram realizadas as gravações, os artifícios gráficos utilizados, o contexto em que o material foi retirado e as impressões que estes conteúdos recebem no espectro digital. A partir destes métodos busca-se compreender a maior utilização dos canais públicos para aderirem aos usos tecnológicos.

Entre os resultados preliminares identificou-se que os canais mais utilizados pela TV Brasil e Rede Minas para publicizar seus telejornais na esfera digital são a atualização de seus sites e postagens nos perfis oficiais nas redes sociais digitais.

Com os estímulos cada vez maiores da Internet relacionado diretamente aos fluxos informacionais, ela fez com que a população conseguisse ficar ainda mais globalizada, modificando diretamente os veículos que circulam, possibilitando desta forma uma hipertextualidade e uma interatividade maior do público com os veículos (PEREIRA e COUTINHO, 2020).

Reiterando a centralidade da TV no Brasil como forma de acesso a informações, já que suas narrativas sobre fatos e acontecimentos permeiam interações sociais, realizam construções

imagéticas hegemônicas, (é)ditam o Brasil” (COUTINHO et al, 2018, p. 87), há de se considerar também o crescimento e a evidência da internet e dos aparelhos digitais na atualidade.

Diferentemente de poucos anos atrás, como em 2019, que apenas 79,5% dos lares tinham acesso à internet (IBGE, 2019), este número subiu para cerca de 90% das casas brasileiras tendo acesso regularmente a internet (IBGE, 2021), uma porcentagem muito mais considerável.

Esta expansão tecnológica também se reflete nas formas de consumo do telejornalismo, o que possibilita que emissoras originalmente de TV, como a TV Brasil e a Rede Minas, se ofereçam como potenciais espaços de informação pública, gratuita e de qualidade em âmbito nacional - e global, já que na web é possível consumir conteúdos que vão além das localidades, como ocorre com a Rede Minas, que é uma emissora de televisão local/regional, mas que agora com o virtual se coloca como um espaço de informação sem limitações geográficas (PEREIRA, 2020).

REFERÊNCIAS

COUTINHO, I. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7. Florianópolis: Insular, 2018.

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: **Anais [...] XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2016, São Paulo: ECA-USP, 2016. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2023.

COUTINHO, Iluska. (org.). **A informação na TV pública**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2013.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2021**. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021#:~:text=Internet%20chega%20a%2090%2C0,%25%20para%2092%2C3%25>. Acesso em 19 set. 2022.

IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019**. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, 2019. Disponível em:

<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101794>. Acesso em 19 set. 2022.

MARINONI, B. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. *Intervozes/Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)*. Análise nº 13/2015, nov. 2015. p. 1-27. Disponível em: <https://intervozes.org.br/publicacoes/concentracao-dos-meios-de-comunicacao-de-massa-e-o-desafio-da-democratizacao-da-midia-no-brasil/>. Acesso em: 12 abr. 2023.

MELLO, Edna. Bases Epistemológicas do Telejornalismo: entre a teoria e a prática. *In: Anais [...] 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, São Paulo, SP: ECA/USP, 2017. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/721/302>. Acesso em: 12 abr. 2023.

PEREIRA, G. T. F.; COUTINHO, I. M. S. A colonização audiovisual como alternativa para o local/regional: o caso de Juiz de Fora-MG. **Revista Temática**. v. 16 n. 6, 2020, p. 138 – 154. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/53265/30554>. Acesso em: 12 abr. 2023.

PEREIRA, G. T. F. Novas Telas para o Telejornalismo: o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades. **Dissertação de Mestrado**, UFJF, Juiz de Fora-MG. 2020. 116 f.

RIOS, E. R.; CARDOSO, E. R.; PONTES, F. A.; ROBERTO, J.; GARCIA, R. W. S. **Oligopólio das comunicações no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização em Gestão Estratégica e Política Pública. Universidade de Campinas, 2015.

RTVM. **Rede Minas**. Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <http://redeminas.tv/>. Acesso em: 12 abr. 2023.

TV BRASIL. **Sobre a TV**. Brasília, 22 de mai. 2017. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/sobreatv>. Acesso em: 12 abr. 2023.