

## ASPECTOS EDITORIAIS DO TELEJORNAL DA TV CÂMARA DE ITAJAÍ

*Data de submissão: 26/09/2024*

*Data de aceite: 01/11/2024*

### **Maurício da Rocha Flores**

Jornalista, graduado pela Universidade de Cruz Alta. Especialista em Produção e Gestão em Rádio e Televisão e Mestre em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade do Vale do Itajaí.

### **Carlos Roberto Praxedes dos Santos**

Doutorando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná; Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Mestre em Gestão de Políticas Públicas, pela Universidade do Vale do Itajaí. Professor nos cursos de Comunicação e no Programa de Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas da Universidade do Vale do Itajaí.

**RESUMO:** Este artigo analisa o Jornal da Câmara, exibido na TV Câmara de Itajaí, quanto aos aspectos editoriais na relação das pautas com os poderes legislativo, executivo e demais segmentos da sociedade organizada. A pesquisa consiste na análise quantitativa de 102 edições do telejornal. O período analisado foi de fevereiro a julho de 2012, ano de eleições municipais. Considerando o jornalismo como uma forma de saber gerado pela prática profissional,

revitalizado pelos acontecimentos cotidianos e que, em tese, um veículo público deve dar condições para a prática jornalística livre das determinações econômicas e político-partidárias, foi constatado que durante o período analisado o Jornal da Câmara aplicou critérios institucionais para a maioria das reportagens, entrevistas de bancada e notas peladas. Assim, entendendo o jornalismo como importante ferramenta para a garantia do direito à informação, a partir da reflexão teórica sobre a construção da cidadania, o telejornal buscou configurar a TV Câmara de Itajaí como Institucional. Porém, a pesquisa teórica faz surgir novas reflexões e questionamentos quanto ao cumprimento do papel de TV pública dos canais legislativos.

**PALAVRAS-CHAVE:** TV Câmara; TV Pública; TV Institucional; Telejornalismo; Poder legislativo; Poder Executivo; Direito à Informação.

### **INTRODUÇÃO**

A origem e o desenvolvimento das TVs legislativas no Brasil dão indícios de uma articulação entre público, privado e estatal ainda arraigada no patrimonialismo,

embora ainda timidamente algumas iniciativas tentem mudar esse paradigma. Esses canais são fruto dos debates sobre democratização da comunicação, empreendidos por movimentos sociais organizados desde o período da Assembleia Nacional Constituinte que, como aponta Jardim (2006), tiveram grande influência na formulação da Lei 8.977, ou Lei do Cabo, promulgada em 1995. Esse processo possibilitou novas formas para ampliar a diversidade da programação televisiva, como no artigo 23, que obrigou os operadores privados a transmitirem também o sinal de canais chamados de “interesse público”, utilizados gratuitamente – três canais legislativos, um canal universitário, um canal educativo-cultural, um canal comunitário e posteriormente um canal do Poder Judiciário e serviços essenciais à Justiça.

De acordo com Renault (2004), no início a função prioritária, descrita em lei, dos canais legislativos, era a transmissão ao vivo de sessões plenárias. A intenção é ampliar a transparência ao trabalho parlamentar e, assim, oferecer ao cidadão uma possibilidade de acompanhar as discussões de políticas públicas e a atuação dos parlamentares, com maior possibilidade de controle público.

Hoje, mesmo atreladas e muitas vezes dependentes de uma linha editorial conforme interesses da gestão das mesas diretoras das instituições legislativas, as televisões das câmaras municipais se preparam para ter um avanço em abrangência, qualidade técnica e ferramenta de cidadania. A Associação Brasileira de Rádios e TVs legislativas (Astral) espera que o advento do sistema brasileiro de televisão digital e a utilização de softwares que permitem a interatividade, façam da televisão uma plataforma de serviço ao cidadão.

Ainda que o cenário de transformações tecnológicas traga essa perspectiva otimista para as TVs legislativas, é fundamental analisar mais detalhadamente se as políticas editoriais das emissoras serão de fato orientadas pelos conceitos de comunicação pública, considerando a interatividade, como sugere Silva (2009), uma possibilidade de maior controle do usuário nas escolhas do conteúdo na grade de programação aumentando, inclusive, as opções de acessibilidade para pessoas com deficiência física, o acesso à notícia e banco de dados de interesse público, e ainda...

[...] propiciar acesso a serviços prestados pelo poder público (como governo eletrônico, educação, transporte, segurança, etc); para encaminhar inputs do tipo reclamação, pedidos ou outras demandas do usuário ou ainda para produzir acesso à Internet, minimizando o gap da exclusão digital. Algo que ainda não está garantido na atual tendência de formatação deste novo meio no Brasil (SILVA, 2009, p.25).

Este artigo analisa o telejornal da TV Câmara de Itajaí, com o intuito de identificar, por meio de pesquisa quantitativa, se os aspectos editoriais são de caráter institucional, e se podem ser aplicados ao papel de uma emissora pública; ou se, ao contrário disso, flagram a emissora como uma ferramenta de divulgação de ideias e ações do poder executivo municipal. A interpretação desses dados tem ainda como objetivo analisar em que medida

o telejornal pode contribuir para o direito à informação. Para um diagnóstico e reflexão apropriados faz-se necessário apontar alguns problemas quanto o direito à informação e os limites desse conceito que surgem do contexto industrial das empresas jornalísticas. É necessário também refletir sobre o jornalismo público e as televisões públicas como ferramentas que possam contribuir para a garantia da informação como promoção da cidadania.

A pesquisa é classificada como descritiva, pois segundo Souza (2006), estas utilizam conhecimentos já existentes e além de descrever uma situação, servem para observar, registrar, classificar, analisar, interpretar e relacionar fenômenos.

A pesquisa é exploratória e analítica, pois busca identificar e analisar os aspectos editoriais do telejornal da TV Câmara de Itajaí contribuindo para aumentar o conhecimento e reflexão sobre o contexto e o papel das TVs legislativas no Brasil. Deve-se ainda considerar uma pesquisa bastante específica já que ela assume a forma de um estudo de caso, sempre em consonância com outras fontes que darão base ao assunto abordado.

Segundo Gil (2008) as pesquisas exploratórias pretendem desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, visando a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. São estas ainda, que apresentam menor rigidez no planejamento e frequentemente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

As pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, 2008, p.27).

O Jornal da Câmara, da TV Câmara de Itajaí é exibido de segunda a sexta-feira, totalizando cinco edições por semana. Para a análise do telejornal, foi destacada a amostragem de 102 edições referentes ao período de 6 de fevereiro a de julho de 2012, ou seja cinco meses. Este período foi escolhido por ser o primeiro pré-eleitoral no âmbito municipal depois da criação da TV Câmara. É preciso considerar ainda que o prefeito na ocasião buscava reeleição, e que a Câmara de Vereadores era composta por doze cadeiras, dez delas com ocupantes da base governista. Em 2 fevereiro de 2012 iniciou o ano legislativo em Itajaí e, no dia 6 de julho do mesmo ano, teve início o período com normas e restrições da justiça eleitoral. A partir deste dia, foi determinado que nenhum candidato poderia aparecer nas produções da TV Câmara, a não ser durante as sessões plenárias. Então o período escolhido para a amostragem é considerado o mais significativo quanto a qualquer relação entre a comunicação e política.

As notas peladas, entrevistas na bancada, matérias e boletins foram analisados e contabilizados através das laudas dos jornais que são arquivados digitalmente. Do conjunto de todas as produções da amostragem coletada, foram feitas classificações pela

relação direta entre a) Poder Legislativo; b) Poder Executivo; c) Entidades de Classe e filantrópicas; d) Conselhos de participação social; e) Diversos. Nesta última, as produções estão relacionadas a eventos nacionais e internacionais, ações governamentais nas esferas estadual e nacional, além de agências reguladoras e empresas. A pesquisa também leva em conta os formatos telejornalísticos que contabilizados podem contribuir para avaliar melhor o grau das abordagens. Basta considerar que uma nota pelada (lida pelo apresentador, sem uso de imagens ou sonoras) não consegue oferecer o mesmo destaque a uma pauta do que uma reportagem (composta por cabeça, *offs*, imagens, sonoras e, muitas vezes, passagem e nota-pé). Ainda há os casos de entrevistas na bancada ou 'ao vivo' que geralmente evidenciam o entrevistado e seus discursos.

## DIREITO À INFORMAÇÃO

Para participar da esfera pública e influenciar na vida política da sociedade o cidadão precisa estar informado. É com informação que ele adquire autonomia em suas escolhas, e percebe as possíveis consequências, assim é capaz de cuidar melhor da saúde, buscar a educação adequada para seus filhos, reivindicar direitos trabalhistas e previdenciários. Já sem informação, a liberdade de pensamento é comprometida e o cidadão não consegue discernir, buscar e cumprir seus direitos e deveres. Sendo assim, a informação é um direito que dá acesso a todos os demais. Gentilli (2005) considera o direito à informação como um direito-meio, ou seja, um direito por meio do qual se pode chegar a outros como o civil, o político ou o social.

As instituições de educação e saúde, tanto públicas quanto privadas, são exemplos que se utilizam dos veículos de comunicação para divulgar cursos, serviços, programas de atendimento, inovações tecnológicas, ações sociais entre outros. Quando são alvo de denúncias por irregularidades também precisam da mídia para apresentar suas versões. É jornalismo, por sua credibilidade, uma das formas mais usadas para difundir informações. A publicação da informação é fundamental para que a democracia possa ser efetiva, vale ressaltar que qualquer ação do poder público tem como princípio a publicidade. Nessa perspectiva, o jornalismo fica com a proposta de se ocupar de todos os aspectos da sociedade. Gentilli (2005) aponta como modelo ideal de jornalismo aquele que possui pressupostos básicos para garantir o direito à informação.

[...] um jornalismo produzido em condições de oferecer, da melhor maneira possível, uma forma de conhecimento do mundo, que permita ao cidadão as condições de escolha quando se tratar de direitos políticos, que ofereça informações básicas – jornalismo de serviço – para o desenrolar cotidiano de suas atividades, que pense a práxis profissional no contexto amplo de ampliação da cidadania, do pluralismo, da liberdade, da democracia (GENTILLI, 2005, p.143).

Para que o modelo de jornalismo proposto por Gentilli (2005) exerça todo potencial

esclarecedor é indispensável aos jornalistas uma alta capacidade de compreensão dos acontecimentos do cotidiano, para que as informações sejam contextualizadas e cheguem de forma clara ao cidadão.

Neste sentido, é importante acrescentar a contribuição de (GENRO FILHO, 1987, p.162). Para definir o jornalismo, esse autor adota a estética que vêm da filosofia de Hegel, a qual aponta uma divisão da realidade em suas dimensões singular, particular e universal. A singularidade é a dimensão mais próxima da realidade, a dimensão das aparências, de como a realidade é percebida numa primeira observação. Há também uma dimensão intermediária, que é a particular, na qual a realidade é compreendida dentro do seu contexto, relacionada a outros aspectos não tão imediatos à realidade. Já a dimensão que compreende a realidade é a universal, essa se estabelece através da razão humana a partir de uma observação sistemática por um método, que pode ser científico.

O jornalismo se dedica à dimensão singular. Segundo propõe Genro Filho (1987) o jornalismo se ocupa dos acontecimentos efêmeros do cotidiano e a partir deles constrói a notícia. Cada acontecimento é trabalhado, apurando-se aquilo que se relaciona com ele, revelando ainda aspectos que num primeiro momento não eram aparentes, conectando-os, e levando à compreensão até a dimensão particular do fenômeno a que se relaciona. Desse modo, o jornalismo cumpre seu papel de contextualizar, revelar e esclarecer fatos. Porém, é preciso considerar que nem sempre o jornalismo consegue cumprir essas propostas. Exemplo disso são as notícias de veículos sensacionalistas, que limitam a realidade nos seus aspectos aparentes e passageiros.

Para Genro Filho (1987), a matéria-prima do jornalismo é a realidade e não o produto dela. Assim, o jornalismo não é uma janela para o real. Considerado como uma forma de conhecimento, o jornalismo tem a tarefa de equipar o cidadão com informações da realidade em síntese, e ainda despertar a consciência de que esta realidade não se encerra na informação. É relevante, também, apontar outras limitações ao conceito de direito à informação apresentado por Gentili (2005). Considerando que é o mercado que oferece a condição básica para a prática de um jornalismo com força de contrapor o poder do Estado, acredita-se que concorrências entre veículos de comunicação possam contribuir para uma crescente busca na qualidade do jornalismo. Porém, nem sempre é o que acontece. A maioria das empresas que organizam a indústria do jornalismo visa em primeiro lugar o lucro, deixando o esclarecimento do cidadão em segundo plano. A meta principal passa ser aumentar cada vez mais o número de leitores, ouvintes e espectadores transformando-os em consumidores. Para isso, apoiam-se em conteúdos de sensacionalismo e entretenimento, criando um cenário que só compromete a qualidade do jornalismo.

## **TELEJORNALISMO**

Na perspectiva de Gomes (2007) o telejornalismo é uma construção social, porque se

desenvolve numa formação econômica, social e cultural, cumprindo a função fundamental de informar. Para a autora essa construção “é da ordem da cultura e não da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas” (GOMES, 2007, p.4).

O telejornalismo, como instituição social, não se configura somente a partir das possibilidades tecnológicas oferecidas pelos séculos anteriores, mas na conjunção das possibilidades tecnológicas com determinadas condições históricas, sociais, econômicas e culturais: “isso de modo algum significa conceber o jornalismo como cristalização, mas, bem ao contrário, afirmar seu caráter de processo histórico e cultural” (GOMES, 2007, p.5).

A ideia apresentada pela autora pode ser aplicada nas sociedades ocidentais contemporâneas:

No Brasil, em que o jornalismo supostamente reproduziria o modelo de jornalismo independente estadunidense, pensar o jornalismo como instituição social requer colocar em causa a relação entre jornalismo e a noção habermasiana de esfera pública, com suas implicações sobre a noção de debate público e vigilância pública; a perspectiva liberal sobre o papel democrático da mídia; a noção de quarto poder, em que está implícita a autonomia da imprensa em relação ao governo, o direito à liberdade de expressão e o compromisso com o interesse público; o caráter público ou privado da empresa jornalística (GOMES, 2007, p.5).

Neste sentido, a noção de serviço público deve regular o trabalho jornalístico, tanto em veículos privados como em órgãos governamentais, tendo como valor legítimo o interesse público.

O telejornalismo no Brasil ainda está se adaptando ao novo cenário oferecido pela TV Digital, que apresenta a perspectiva da interatividade com grande potencial de serviço ao cidadão. De acordo com Sarlo (2004), o público do telejornal anseia por novas ferramentas capazes de ajudá-lo a lidar com problemas que costumam ser responsabilidade do poder público.

O público recorre à televisão para alcançar aquelas coisas que as instituições não garantem: justiça, indenizações, atenção. É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram as soluções (SARLO, 2004, p.77).

Esta perspectiva aponta o telejornalismo como possível mediador, que busca resolver problemas do cidadão. Como os conteúdos dos telejornais precisam atender a critérios como de relevância, novidade e notoriedade, “os jornalistas, como sujeitos de enunciação, se convertem em mediadores creditados, autorizados, entre a cidadania e o poder, construindo assim uma parte da realidade social” (VIZEU, 2005, p.89).

Neste sentido, as produções do telejornal que contam com a participação do público, proporcionam a sensação de proximidade e identificação do telespectador com o

que ele está assistindo. Nas palavras de Becker (2006), o telejornal oferece ao cidadão um sentimento de pertencimento a partir da ideia de visibilidade que a televisão proporciona e da experiência coletiva de nação permitindo a criação de um “espaço importante de construção de sentidos do nacional como ritual diário” (BEKER, 2006, p.67). Esta ideia aponta para a necessidade que o telejornalismo tem de se conectar cada vez mais com seus públicos, estando presente em redes sociais e novas mídias. Esta reconfiguração é denominada por Cannito (2010) de customização da prática de assistir televisão.

(...) a tendência é a construção de novas comunidades. Não é mais o público genérico indefinido (ou definido pela emissora, único emissor). É diferente. Agora é uma comunidade na qual cada um entra por livre escolha. (...). A comunidade é um coletivo de indivíduos. É a nova forma de pensar a mídia (CANNITO, 2010, p.20).

Essa nova forma de pensar a mídia só pode ser viabilizada se os novos meios de comunicação oferecerem recursos melhores para a produção de linguagem e conteúdo. Assim, a interatividade também pode ser utilizada pelo telespectador para veicular conteúdo, que não está mais restrito à televisão, e que agora pode ser distribuído em sites, blogs e redes sociais. Nesse sentido, há incentivo para que o cidadão passe a contribuir com a produção de informação, o que antes era função exclusiva dos profissionais de imprensa. Claro que esta relação deve ser baseada na cooperação, entre telespectador e jornalistas, considerando sempre que as inovações tecnológicas possibilitam ao cidadão participar cada vez mais do processo de produção jornalística, o que resulta num tipo de jornalismo cada vez mais presente:

[...]a consolidação do jornalismo tipo cidadão, com a proliferação dos recursos de interatividade, dos blogs, chats, do jornalismo open source e de sites de disponibilização de vídeos que tendem a reconfigurar os valores jornalísticos e a relação entre jornalismo e público. No caso específico do telejornalismo, verificamos, por exemplo, que cada vez mais as grandes emissoras têm utilizado imagens de amadores, em particular de filmes produzidos com telefones celulares - imagens, portanto, que não seguem quaisquer dos critérios profissionais de controle e verificação da informação - como modo justamente de ampliar a autenticidade e a veracidade dos programas telejornalísticos (GOMES, 2007, p. 9 e 10).

## COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Segundo Brandão (2012), a Comunicação Pública no Brasil está hoje num cenário de transformações do Estado democrático, que apontam para uma desconstrução da dicotomia público x privado. O autor relaciona o primeiro ao Estado identificado com a esfera pública, com o poder político e com a defesa do interesse público, já o segundo relacionado ao mercado, ao poder econômico e a interesses de empresas privadas. Neste contexto surge o terceiro setor, que entre estes dois pólos ganha denominações como “nova esfera pública” e “privado porém público”. Esta nova democracia representativa

impõe aos cidadãos estratégias para se organizar e conseguir influência na formulação de políticas públicas e reivindicações de direitos. É neste cenário que a Comunicação Pública cresce e se organiza como ferramenta da sociedade civil organizada.

Neste raciocínio só entendo a comunicação pública como parte integrante da sociedade e, como tal, ela não é um poder em si, mas o resultado do poder do cidadão quando organizado e constituído como sociedade civil. A CP feita pelos governos, pelo terceiro setor ou pelas empresas privadas acontece na medida em que a voz do cidadão começa a ficar forte a ponto de pressionar essas instituições a se preocupar com as questões da cidadania (BRANDÃO, 2012, p. 30 e 31).

A comunicação pública se apresenta como uma alternativa capaz de alterar as diretrizes estabelecidas pelo poder político e econômico que comprometem as funções básicas do jornalismo, como informar e esclarecer. Para Rothberg (2011) esta alternativa pode ser viabilizada com a atuação do estado e criação de empresas públicas.

A alternativa historicamente construída pelas democracias maduras para enfrentar as falhas de um livre mercado de comunicação vem da atuação do Estado. As instituições requeridas neste contexto devem possuir o porte compatível com a dimensão das consequências envolvidas no processo de decisão das complexas sociedades atuais. Daí a necessidade da criação de empresas públicas para gerir fóruns de livre circulação de pensamento. Afinal, os direitos nessa área, como em muitas outras da vida em sociedade – assim os reconhece a teoria da democracia participativa –, requerem a construção e a manutenção, pelo Estado, de estruturas apropriadas destinadas a lhes proporcionar existência efetiva, sem a ameaça de coerção proveniente tanto do próprio Estado quanto do mercado (ROTHBERG, 2011, p.20).

Esta visão aponta o Estado como responsável pela criação e garantia da existência de veículos públicos, porém a dependência de verbas públicas para se manter torna a linha editorial vulnerável a interesses políticos. Esta suscetibilidade acontece porque a grande maioria dos cargos de diretorias dos veículos públicos são ocupados por indicação política. O ideal é que o Estado assuma a responsabilidade de viabilizar um espaço público, livre e democrático, no qual toda expressão seja garantida, sem que haja censura de uma fala sobre a outra, só porque surge algum interesse político, econômico ou qualquer outro que não esteja em sintonia com a coletividade.

## TV PÚBLICA

A legislação brasileira sobre radiodifusão não apresenta definições claras dos sistemas público, privado e estatal. No capítulo 223 da Constituição de 1988 está o princípio da complementaridade dos sistemas destes sistemas, que divide, mas não define o que é estatal e o que é público. O sistema privado é o de mais fácil compreensão por ser o mais difundido no Brasil, e composto por empresas privadas que se viabilizam pela venda de publicidade. Grandes grupos privados de comunicação dominam o setor

televisivo, o que para Bucci (2008) torna difícil ao brasileiro compreender outro modelo: “Aqui televisão comercial virou sinônimo de televisão. Dizer televisão comercial é como cair num pleonasmo” (BUCCI, 2008, p. 256). O difícil é definir os sistemas público e estatal.

Já os termos usados nas concessões de televisão são outros. A maioria das TVs sem fins comerciais no país possuem concessão de educativa, mesmo que isso não as definam como pública ou estatal. Vigora ainda hoje, a Lei nº 8.977 de 1995, conhecida como Lei do Cabo, que estabelece as televisões comunitárias, legislativas, a TV Justiça e a NBR – televisão do poder executivo federal, mas essa regulamentação também não aponta de forma clara o que é sistema público ou estatal. Para Bucci (2008) os políticos e profissionais possuem conceitos informais, conforme seus interesses, sobre as diferenças entre o estatal e o público.

No vazio legal, o senso comum dos profissionais – e dos políticos – da área consagrou o maniqueísmo estapafúrdio de que a comunicação estatal é aquela que ‘defende o ponto de vista do governo’ e a pública é aquela que ‘dá voz a sociedade’ (BUCCI, 2008, p. 259).

O autor discorda destas definições, e aponta que nenhum veículo estatal deve servir como tribuna de defesa dos interesses do governo, considerando isso um patrimonialismo, mesmo reconhecendo que ao longo de décadas esse cenário tenha se estabelecido porque o Estado tem sido o mantenedor desses veículos.

Podemos considerar que as TVs comunitárias, educativas e legislativas são predominantes no cenário da TV Pública no Brasil. De acordo com Peruzzo (2002) as TVs comunitárias se caracterizam por geralmente contarem com equipes técnicas de elaboração de roteiros e gravação, vinculadas a alguma entidade, como ONG-Organização Não Governamental, Igreja, Universidade, Sindicato etc. Nesses casos a estratégia mais usada na produção tem sido o trabalho da população local nas etapas de definição do tema, na idealização do roteiro, na edição, no desempenho de papel de ator, de cantor, entre outros. No caso das televisões Educativas a maioria é conduzida por universidades, e isso contribui para que a programação seja qualificada por aliar a prática de estudantes com o saber e experiência de professores teóricos e profissionais. Esse modelo conta ainda com as conduzidas por fundações, que no caso do Brasil tem como principal exemplo a TV Cultura de São Paulo. Canal administrado pela Fundação Padre Anchieta, e que representa um dilema presente em muitas TVs educativas. Coutinho (2001) aborda a relação do estado e a TV Educativa no Brasil. Afinal tem sido usada como um instrumento oficial do governo ou um canal de representatividade da sociedade civil? A resposta parece ser a mesma, tanto na década 80 como nos dias de hoje. “[...] dependendo do contexto e das forças atuantes no cenário político, tanto pode ser considerada um instrumento de representatividade da sociedade civil, quanto ser utilizada para consolidar o poder de um Estado autoritário e centralizador” (COUTINHO, 2001, p. 1).

A reflexão sobre televisão pública nas universidades leva em conta a concepção

de esfera pública de Habermas (1984) que entende como um espaço de reunião de pessoas privadas em público, sendo intermediário entre a esfera privada; dos indivíduos, das famílias e dos negócios; e o poder público do Estado. Seria este um ambiente livre apropriado para o debate de temas públicos de interesse coletivo, essencial para a promoção da democracia. Nesse contexto, a televisão pública se apresenta como um espaço democrático, independente de interesses comerciais e políticos.

Outra perspectiva acadêmica aponta a televisão como um importante espaço que transmite som e imagens com características culturais dos povos. A televisão é o espaço que possibilita a criação de identidades colocando-as em comunicação. A TV pública precisa ser uma alternativa à privada. Estando vinculada ao comércio, a televisão privada estabelece relação com seus espectadores apenas como consumidores, e isso incentiva a produção de programação homogeneizada repetindo fórmulas consagradas que agradam a uma massa mediana de público. Assim a televisão privada tem pouco interesse por públicos que não se identificam com o gosto predominante da audiência. São essas demandas que a televisão pública deve atender, contribuindo para democratizar o acesso a esse veículo essencial para a garantia da identidade cultural.

A televisão pública deve ser entendida como um meio para fazer/criar cultura, já que a televisão é o cenário privilegiado no qual se expressam as transformações mais profundas das sensibilidades e das identidades das maiorias sociais. [...] Isto quer dizer que a televisão pública deve trabalhar a expressão como estratégia, a cidadania como projeto, o experimental como experiência estética e de identidade. Fazendo televisão para a cidadania, a expressão cultural e a identidade que se atualiza o educativo e serve a um novo projeto de país, de paz e de convivência (BARBERO; REY; RINCÓN, 2000).

O produto da televisão pública é a programação, voltada para a formação crítica do telespectador. Diferente do produto da televisão comercial, na qual a busca pela audiência faz com que a programação seja destinada a um público mais homogêneo, com conteúdo, e linguagem geralmente carregada de mensagens balizadas pelo senso comum. A TV pública, não deve ser confundida com TV Estatal nem comercial privada. Está em muitos aspectos distante do poder e do mercado. Programação, linguagem e objetivos diferem significativamente dos da comercial e da estatal. Comum a todas elas, apenas os princípios da Constituição: os valores éticos e sociais da família, a regionalização da produção cultural, artística e jornalística e o estímulo à produção independente. Assim, o gerenciamento de um sistema de TV pública deve ser implementado de forma independente do Governo, não havendo interferência na escolha de dirigentes, muito menos na grade de programação.

Essas perspectivas nos mostram que a televisão pública apresenta a necessidade de ser administrada e custeada sem ter comprometida a autonomia perante o mercado e governos. Só assim haverá programação priorizando o interesse público e não corrompida por interesses particulares.

## TV LEGISLATIVA

O Poder Legislativo no Brasil estabeleceu uma relação com os meios de comunicação pontuada por momentos de sintonia e de crises, conforme o contexto político, social e local. Mesmo assim sempre houve grande visibilidade dos parlamentos municipal, estadual e nacional como é característica das sociedades democráticas. A comunicação tornou-se tão relevante para o Poder Legislativo no Brasil que o Senado e a Câmara dos Deputados criaram sistemas próprios de informação, as chamadas “mídias legislativas”, com destaque para as emissoras de TV das instituições.

O surgimento das emissoras legislativas pode ser compreendido como resultado de um processo sociocultural que fez a televisão se estabelecer como uma das principais formas de manifestação cultural no Brasil. Isso ocorre porque os gêneros televisivos conseguem assimilar e transmitir elementos das culturas populares. Por se tratar de um veículo dinâmico a televisão conseguiu adaptar-se às transformações sociais, provocar mudanças culturais e ainda trabalhar os temas, linguagens, enquadramentos e abordagens em sintonia. Hoje, a TV Legislativa passa por transformações, que devem ampliar as possibilidades de cumprir o duplo objetivo existente desde seus primórdios, que é aproximar o cidadão do processo legislativo e fortalecer a imagem institucional das casas de leis

No processo de debate que levou à aprovação da Lei do Cabodifusão, em 1995, foram previstas como alternativas para aproximar a população das discussões que ocorrem nas câmaras de vereadores, assembleias legislativas, Câmara dos Deputados e Senado Federal, permitindo aumentar o controle dos cidadãos sobre essas instituições e ampliar a participação popular no processo legislativo. Do ponto de vista dos órgãos que as criaram e mantêm, as emissoras legislativas foram fundadas com o objetivo de revigorar a imagem do Poder Legislativo (LEMOS et al, 2001, p. 2).

Mesmo atreladas e muitas vezes dependentes de uma linha editorial conforme interesses da gestão das mesas diretoras das instituições legislativas, essas emissoras se preparam para ter um avanço em abrangência, qualidade técnica e ferramenta de cidadania. Esse processo será viabilizado com o advento do sistema brasileiro de televisão digital e a utilização de softwares que vão permitir a interatividade, e fazer da televisão uma plataforma de serviço ao cidadão.

O sistema de rede aliado à multiprogramação vai favorecer o compartilhamento de custos de instalação e manutenção dos sistemas de transmissão e permitir vislumbrar uma participação efetiva da sociedade no parlamento por meio da televisão.

As principais dúvidas estão relacionadas ao nível de contribuição para democratizar o funcionamento do parlamento. Para Lemos et al (2011) a migração para a plataforma digital, deverá ampliar sua abrangência social dos canais legislativos, e para a concretização do ideal de tornar a informação política um dos principais elementos para aperfeiçoar a representação política, fortalecer a democracia e as práticas de cidadania.

Ainda há a possibilidade de uma atuação conjunta das TVs públicas e/ou estatais no cenário digital. Para Lemos (2011) a formação de uma rede pode otimizar os custos de readequação das emissoras e também permitir a produção de conteúdos complementares. Assim, segundo a autora, em vez de uma multiprogramação fracionada com custos elevados para a produção e manutenção de canais com propostas e missões similares, haverá união de forças em favor do interesse público.

Ainda que o cenário de transformações tecnológicas traga uma perspectiva otimista para as TVs legislativas, é importante refletir sobre as políticas editoriais das emissoras, se elas serão de fato orientadas pelos conceitos de comunicação pública. Cabe ainda um exame sobre a amplitude da oferta de oportunidades de participação do público nos debates e decisões, de acordo com o princípio da interatividade, um dos pilares da comunicação pública.

## **TV CÂMARA DE ITAJAÍ**

A TV Câmara de Itajaí foi ao ar pela primeira vez às 18 horas do dia 2 de fevereiro de 2010, uma terça-feira, com a transmissão ao vivo da primeira sessão plenária daquele ano. O ano de 2010 foi o segundo da gestão do então presidente do Legislativo, bem como do prefeito de Itajaí, ambos aliados políticos naquele ano, sendo então a Câmara formada por oito vereadores da base governista e quatro de oposição. Era também um ano especial para o município, que desde os primeiros meses já tinha uma agenda repleta de eventos alusivos às comemorações dos 150 de fundação, completados no dia 15 de junho. E a TV Câmara, criada em fevereiro, já contando com uma equipe de jornalistas e cinegrafistas pôde fazer a cobertura da maioria dos eventos.

Para viabilizar a transmissão foi firmado um convênio com a Assembleia Legislativa de Santa Catarina que passou a compartilhar o sinal da TV AL, que ocupava o Canal 10 da Via Cabo TV, empresa de TV a cabo existente na cidade de Itajaí. Com esta parceria, de segunda à sexta feira, das 18 horas à meia noite, a TV Câmara de Itajaí passou a ser transmitida no município.

O início foi marcado por dificuldades técnicas e alguns descontentamentos editoriais por parte dos vereadores, que desejavam uma cobertura mais abrangente de suas ações legislativas. Mesmo assim a TV Câmara de Itajaí foi ampliando as produções e acrescentou nos meses seguintes dois programas de entrevistas: o Fala Vereador e o Câmara Aberta. A programação foi elaborada visando oferecer espaços para o debate democrático, como está expresso no livro História do Legislativo: “Trata-se de um salto de qualidade que visa a democratização dos atos do legislativo local e amplifica o debate em torno das ações dos legisladores ao proporcionar informação a todos os itajaienses” (CÂMARA DE VEREADORES DE ITAJAÍ, 2012, p. 162).

## JORNAL DA CÂMARA

A proposta do Jornal da Câmara desde o início foi caracterizada com notícias que iam além das votações e discussões da sessão e demais atividades parlamentares. Por ocasião, na noite de estreia, um vereador de oposição, declarou que o telejornal estava: “muito chapa branca”. Ele foi o primeiro entrevistado na bancada, no segundo bloco, e assistiu todo o primeiro bloco no estúdio. A entrevista começou com esta declaração do vereador, após perceber que as matérias estavam relacionadas ao Porto de Itajaí, IPTU e matrículas nas escolas municipais. A justificativa da equipe de jornalistas e do apresentador e diretor de TV, Carlo Antônio Vicenti foi de que as atenções iniciais estavam mais voltadas em questões técnicas para colocar a TV no ar, e ainda que no mês de janeiro, quando foram produzidas as primeiras matérias, o legislativo estava em recesso.

As diretrizes da TV Câmara de Itajaí e conseqüentemente do Jornal da Câmara segundo publicado na segunda edição da Revista Astral é atender uma linha editorial com três vertentes: a primeira é obviamente a legislativa como a cobertura de sessões plenárias e audiências públicas além do acompanhamento das atividades parlamentares que repercutem na comunidade. Duas outras linhas apontam as demais diretrizes:

A segunda linha é a de retratar a sociedade civil local, tanto em matérias jornalísticas quanto em entrevistas, nas quais são expostos fatos e eventos de entidades, como as reuniões de conselhos municipais e associações comunitárias ou festas e promoções de associações desportivas culturais ou filantrópicas. Nessa linha também são realizados documentários e reportagens especiais sobre as ações de entidades organizadas. A terceira é noticiar fatos de interesse público da cidade, como problemas sanitários ou de trânsito. Nesta linha também é dado destaque às ações do poder Executivo municipal e de suas secretarias (REVISTA DA ASTRAL, nº 2, p.50).

O cenário do telejornal atualmente é improvisado, no plenário da nova sede da Câmara de Vereadores. É composto por uma bancada de madeira e um televisor LCD que exibe apenas a logo do programa. O espaço destinado ao entrevistado é ao lado do apresentador. Na época que compreende a pesquisa o jornal era gravado em um estúdio na antiga sede do legislativo itajaiense, e também contava com uma bancada de madeira. A diferença está que ao invés de um televisor colocado ao fundo, o cenário era composto por banners com fotos coloridas de pontos turísticos do município. No centro havia uma estrutura de madeira com o brasão do poder legislativo. Há previsão de que, em 2015, seja inaugurado o novo estúdio da TV Câmara de Itajaí.

Além do apresentador titular que é também o diretor da emissora, Carlo Antônio Vicenti, o Jornal já foi apresentado pelos jornalistas concursados Elis Brandina e Maurício Flores e pelo coordenador de jornalismo Nedirlei Oliveira Júnior. O apresentador titular possui larga experiência em telejornais na TV aberta, o coordenador de jornalismo já trabalhava em televisão universitária, enquanto os demais tiveram a primeira experiência em telejornalismo na TV Câmara de Itajaí. No período desta pesquisa a grande maioria dos

telejornais foram apresentados pelo titular.

## RESULTADOS

Os resultados mostram que 61,24% do total das produções no telejornal são referentes a atividades parlamentares, entre coberturas das sessões plenárias e ações de parlamentares. Esse número aponta o quanto o telejornal da TV Câmara teve um papel institucional no período analisado. Desta forma, a emissora se configura como fonte primeira de informações repassando notícias sobre projetos de leis, ações das comissões parlamentares e outras que possuem pouco espaço na mídia comercial.

As pautas vinculadas ao poder legislativo foram maiores em três dos quatro formatos utilizados no telejornal. Levando em conta apenas as reportagens que foram relacionadas ao poder legislativo, o caráter institucional sobe para 70,8%. Entrevistas na bancada, com duração média de doze minutos, também tiveram os vereadores como os principais convidados. De fato, esses resultados apontam um caráter institucional, assumindo a representação e a defesa do Poder que representa. A presunção vem dos números apurados:

Segmento Político/Social	Nota Pelada	Entrevista na Bancada	Boletim	Reportagem	Total	%
Poder Legislativo	63	38	2	194	297	61,24%
Poder Executivo	21	7	5	21	54	11,13%
Entidades de classe e filantrópicas	16	7	5	14	42	8,66%
Conselhos de participação social	2	3	3	17	25	5,15%
Diversos	32	3	4	28	67	13,81%
<b>Total de produções</b>	<b>134</b>	<b>58</b>	<b>19</b>	<b>274</b>	<b>485</b>	<b>100%</b>

Tabela 1: Produção do Jornal da Câmara entre 02/02/2012 a 06/07/2012

Fonte: autores do trabalho

Um problema que surge da dominância do caráter institucional é que o telejornal pode muitas vezes, acabar não exercendo a função crítica quanto aos equívocos nos trabalhos legislativos ou a conduta de parlamentares. Situação que pode ocorrer até mesmo em pautas nas quais a comunidade seja ouvida, ou nas quais apresentem divergências ideológicas entre os vereadores. No contexto da TV da Câmara dos Deputados Lemos et al (2001) chama isso de “efeito de sentido”.

Reportagens sobre os projetos de lei são corriqueiras. Escutam-se não somente os deputados, como também a população beneficiada. E mesmo que os parlamentares contrários à lei sejam ouvidos, o “efeito de sentido” costuma ser monofônico: prevalece a incontestável informação de que a lei

foi aprovada. Mais que isso. A TV Câmara não tem autonomia para conduzir reportagens investigativas (LEMOS et al, 2001, P.13).

Do total de produções relacionadas ao poder executivo itajaiense nota-se que corresponde a apenas 11,13%. Nessas estão incluídas muitas pautas apenas informativas de utilidade pública. Percebe-se também que o número de reportagens foi o mesmo do de notas peladas, as que são lidas pelo apresentador sem o auxílio de imagens. Entrevistas na bancada foram 7 e boletins 5. Nesses dois formatos, quantia foi igual a destinada para representantes de entidades de classe e filantrópicas. Considerando a extensão do período analisado, sua importância no contexto político-eleitoral, pode-se dizer que o telejornal da TV Câmara pouco se ocupou com a agenda do executivo, que não estivesse diretamente relacionada às atividades do legislativo.

Nesse sentido, fica uma lacuna aberta à reflexão: as razões pelas quais o poder executivo não ganhou um espaço maior na pauta, uma vez que a TV Câmara além de institucional, é antes disso um veículo de comunicação pública, e a responsabilidade do poder público é estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com os cidadãos. Brandão (2012) apresenta a comunicação pública como um processo comunicativo dos segmentos da sociedade que trabalham pela cidadania.

Entre elas, órgãos governamentais, organizações não governamentais, associações, profissionais e de interesses diversos, associações comunitárias, enfim, o denominado terceiro setor, bem como outras instâncias de poder do estado, como conselhos, agências reguladoras e empresas privadas que trabalham com serviços públicos, como telefonia, eletricidade, etc. (BRANDÃO, 2012, p.5).

Assim a autora considera que a comunicação governamental também deve ser entendida como uma das faces da Comunicação Pública, que deve ser considerada como uma das principais ferramentas de promoção da cidadania.

[...] na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (BRANDÃO, 2012, p.5).

A pesquisa demonstra que juntos os segmentos Entidades de Classe e Filantrópicas, Conselhos de Participação Social e Diversos tiveram 134 produções no telejornal, o que representa 27,62% do total da amostragem. Entre as produções estão 50 notas peladas, 13 entrevistas de bancada, 12 boletins e 59 reportagens. Os números mostram que as instituições de promoção à cidadania e conselhos receberam maior cobertura em relação a dedicada ao poder executivo municipal.

Esse cenário aponta que mais de um quarto das produções do telejornal, no período

analisado, aplicou critérios editoriais de acordo com objetivos básicos da comunicação pública, que segundo Brandão (2012) são promover um espaço para dar voz a sociedade organizada, divulgar iniciativas voltadas a cidadania, e oportunizar o debate aberto sobre políticas públicas.

O carácter institucional da TV Câmara de Itajaí apontado nos 61,24% das produções telejornalísticas ainda pode ser posteriormente analisado quanto aos critérios jornalísticos. Barros e Bernardes (2007) analisaram as citações a deputados na produção jornalística da rádio, TV e agência de notícias da Câmara dos Deputados, e descobriram que os jornalistas desses veículos utilizam o critério institucional para selecionar deputados a serem citados, como proteção contra pressões políticas. Assim a justificativa para a escolha de deputados para entrevistas se dá em razão da função exercida por eles, como líderes de partidos ou relatores de projetos, entre outras. A questão é que os políticos se utilizam dos mecanismos regimentais para conseguir promover sua imagem através de opiniões e divulgação de ideias.

Ainda é preciso considerar que o jornalismo não é um reflexo da realidade e não se apresenta sem interesses. O que existe é a tentativa de ocultá-los através de um discurso de neutralidade e imparcialidade como afirma Moretzsohn (2007):

O jornal busca apagar a sua posição de mediador e esconde o papel que deveras cumpre, sugerindo que interessa ao público o que interessa ao próprio jornal – isto é, às forças que o sustentam e controlam; daí a falácia da evocação do ‘direito (público) de saber’, que oculta as escolhas praticadas no âmbito da empresa jornalística, de acordo com interesses raramente perceptíveis (MORETZSOHN, 2007, p. 133-134).

Do outro lado está o público que geralmente não percebe os interesses ocultos e dissimulados, acredita estar recebendo informações neutras, com as quais assimila a realidade de acordo com sua própria visão de mundo, quase sempre a do senso comum. Seus estereótipos e preconceitos criam raízes profundas com o que absorvem no jornalismo como aponta Moretzsohn (2007):

Quanto ao público, pressupõe uma concepção que costuma ser exatamente isso: um pressuposto, baseado em estereótipos e preconceitos do senso comum, que tendem por isso mesmo a ser reforçados, de tal modo que o público desejaria saber o que efetivamente já ‘sabe’ – e tem a apaziguadora sensação de ver confirmado todos os dias no noticiário, sem perceber o processo de produção de sentido que o jornalismo opera para (re)apresentar esse mundo tal qual é (MORETZSOHN, 2007, p. 134).

Sem chance de pensar, questionar e conectar fatos relacionados, o cidadão fica apenas com a percepção de um mundo que não para, numa sequência de acontecimentos apresentados pelo jornalismo. Para o autor o resultado disso é a “simplificação do próprio jornalismo que assim se condena ao mundo das aparências e passa a forjar uma realidade adequada aos cânones ideológicos industriais que conformam as rotinas de produção” (MORETZSOHN, 2007, p. 134).

No caso das televisões legislativas, nas quais o propósito institucional é servir como via de comunicação entre parlamentares e cidadãos, se as escolhas das pautas e entrevistados tiverem por base apenas produção legislativa, o carácter democrático pode ficar comprometido. Pois aí, ao invés desses canais promoverem o controle popular da atividade dos parlamentares, estarão apenas acomodando interesses políticos e, vez por outra, justificando o trabalho dos jornalistas e demais funcionários públicos. São essas apenas duas questões que apontam novos caminhos para a reflexão e possibilitam concluir que apenas ter a maioria das produções relacionadas ao poder legislativo, para se posicionar como uma TV Institucional, sem um comprometimento real com o direito à informação e a promoção da cidadania, não é o suficiente para um canal público mantido a altos custos com o dinheiro dos contribuintes. Sem dúvida, o campo para pesquisa nesse sentido é vasto e está aberto a novas análises e reflexões.

## CONCLUSÕES

Ao término da análise da amostragem do telejornal da TV Câmara de Itajaí percebe-se aspectos editoriais que permitem tirar algumas conclusões. A primeira delas é com respeito ao carácter institucional que o telejornal procurou manter com 61,24% do total das produções. A segunda, é que o telejornal ofereceu pequeno espaço a ações do poder executivo, que ocuparam apenas 11,13% das produções. Vale ressaltar a relevância do período da amostra, que era pré-eleitoral no âmbito municipal, quando o prefeito na ocasião buscava a reeleição. A terceira é quanto ao espaço dado aos demais segmentos da sociedade organizada, que geralmente prestam serviços de utilidade pública. Assim, além de ser uma TV institucional e ligada ao poder, a TV Câmara de Itajaí buscou cumprir seu papel de TV Pública destinando 27,62% das produções no telejornal a pautas voltadas à participação social, à promoção de iniciativas de cultura e esporte, entre outras voltadas à ampliação da cidadania.

Outra conclusão é que mesmo com os resultados da análise apontando um telejornal que busca se comprometer com o carácter institucional, e com as propostas democráticas de uma TV Pública, o referencial teórico possibilita reflexões e questionamentos. Estão os canais legislativos, como a TV Câmara de Itajaí, garantindo o direito à informação e promovendo a cidadania ou estão funcionando como meras ferramentas do poder político, divulgando apenas o que interessa aos representantes e não aos representados? São essas questões que pesquisas futuras poderão trazer novas abordagens.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Antonio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum. A Mídia legislativa como estratégia de conexão eleitoral dos parlamentares brasileiros: o caso da Câmara dos Deputados. In: Encontro Anual da Anpocs, 31., Caxambu/ MG, 2007. [Anais...] Caxambu, 2007.

BRANDÃO, Elisabete Pazito. **Conceito de Comunicação Pública**. In: Jorge Duarte. Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2012. p. 1 – 33.

BECKER, Beatriz. **Do mito da imagem ao diálogo televisual: repensando o ensino e a pesquisa em telejornalismo**. In: VIZEU; PORCELLO; COUTINHO (Orgs.). 40 Anos de Telejornalismo em Rede Nacional: Olhares críticos. Florianópolis: Insular, 2009.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas**: a guerra entre o chapa branca e o direito à informação no primeiro governo Lula. Rio de Janeiro: Record. 2008.

CÂMARA DE VEREADORES DE ITAJAÍ. **A História do Legislativo**: 1860 – 2012. Esmeraldino, Herval Angelo – 1ª. ed. – Itajaí : Câmara de Vereadores de Itajaí, 2012.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

COUTINHO, Josmar Brandão. **O dilema da TV educativa enquanto um instrumento oficial do governo ou um canal de representividade da sociedade civil**. Congresso Brasileiro da Comunicação, XXIV, Campo Grande, 2001. Anais. São Paulo: Intercom, 2001.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê! 1987.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania**. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método e análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista ComPós**, 2007. Disponível: < <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/126/126>> Acesso: 23/01/2015.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1984.

JARDIM, Márcia de Almeida. **O mapa da mídia eletrônica legislativa na América Latina**. III Congresso Latino-Americano de Ciência Política. Campinas: Universidade de Campinas, 2006

LEMOES, Cláudia R. F.; CARLOS, Maíra de Brito; BARROS, Antônio Teixeira. TV Câmara, TV Pública? As TVs legislativas na transição para a plataforma digital. **Observatorio (OBS\*)**, Lisboa, v. 5, n. 2, 2011.

MARTÍN, Barbero; JERMAN, Rey & RINCÓN, Omar. Televisión pública, cultural, de calidad. **Revista Gaceta**, 47, 50-61. 2000. Disponível em: <[http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin\\_barbero\\_tvpublicacalidad.html](http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tvpublicacalidad.html)>. Acesso em 18 fev. 2014

MORETZSOHN, Silvia. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano**: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan. 2007

PERUZZO, Cecília. **TV comunitária no Brasil**: aspectos históricos. RBC: / TV e cidadania. P.Alegre: Rede Brasil de Comunicação Cidadã, 2002, v. p. 1-22.

RENAULT, Letícia. **Comunicação e política nos canais de comunicação do Poder Legislativo no Brasil**. Belo Horizonte: Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2004.

REVISTA ASTRAL. Rede de TVs legislativas alcança 36 milhões de brasileiros. Brasília, Embrasec, a. 2, n. 2, mar. 2013, Disponível em:

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

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

SILVA, Sivaldo P. **TV digital, interatividade e democracia**. In: Pedro Nunes. (Org.). *Mídias Digitais e Interatividade*. João Pessoa: Núcleo de Pesquisas em Mídias Digitais e Processos Interativos da UFPB, 2009.

SOUZA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª ed. Porto: Edições Universitárias Fernando Pessoa, 2006.

VIZEU, Alfredo Eurico. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.